

I dati Audiweb. Fatto +26,5%, Stampa +26%, TgCom24 +25,7%, Fanpage +21%

News online, il decollo a febbraio

Agi +106%, Ansa +46%, Corsera e Repubblica +33%

DI ANDREA SECCHI

Non era ancora un periodo da piena emergenza coronavirus, eppure a febbraio quasi tutti i maggiori siti di informazione italiani sono cresciuti a due cifre rispetto al mese precedente. L'allarme da Covid-19, infatti, è scattato nell'ultima settimana di febbraio, sebbene già da un po' si descrivesse la situazione preoccupante in Cina. Ma non è stata soltanto l'epidemia. Il mese, nonostante avesse meno giorni di gennaio (che però a sua volta aveva la coda delle vacanze di Natale), è stato pieno di eventi, alcuni tragici come il deragliamento del treno Milano-Salerno, altri leggeri, dal Festival di Sanremo alla Champions al match Inter-Milan. Tutto questo ha contribuito a far crescere la categoria delle news (+2,1%) con i picchi per i brand più noti.

Nella top ten per utenti unici giornalieri a perimetro organico (senza aggregazioni), si nota tutto ciò, con i siti che aumentano a due cifre e in particolare l'Ansa al nono posto dall'undicesimo con un +46% (1,6 milioni di utenti unici). Le agenzie, soprattutto a fatti appena accaduti, ottengono in genere incrementi rilevanti rispetto ai periodi di calma. Così anche l'Agi, che si trova al 28esimo posto ha raddoppiato gli utenti a 214 mila.

Ripartendo dai primi posti, sul podio Repubblica +32,8%, Corriere della Sera +33,2% e TgCom24 che torna al terzo posto, dal quinto di gennaio, con un +25,7%. Al quarto Upday, l'aggregatore di Springer per i cellulari Samsung che cala del

Fra gli altri si distinguono anche i giornali locali Gazzetta del Mezzogiorno a +83,8% e Corriere dell'Umbria +51,5%.

Anche i siti della televisione hanno registrato nel mese ottime percentuali di crescita. Mediaset Play con un +32,3% e 1,03 milioni di utenti unici distanzia RaiPlay che pure ottiene una buona spinta da Sanremo: +54,3% a 886,9 mila utenti. Anche RaiNews balza del 37,1%, La7 è a +11,6%, Rai.it +25,9% e Viacom +20,4%. Torna Dplay che non era presente a gennaio insieme con tutti gli altri siti Discovery, mentre l'unico brand in flessione è Dazn a -23,8%.

Infine le radio, con DeeJay a +7,2% e 105 a +10,6%.

Allargando lo sguardo ai siti delle altre categorie si nota come non ci sia stato un grande movimento di audience a febbraio, segnale che l'interesse era proprio per le news. Fra i portali e gli altri siti sta emergendo sempre più Pinterest, ormai a 3,5 milioni giornalieri, sebbene nel mese abbia registrato una diminuzione del 4,2%, poco dietro il Meteo a 3,3 milioni di utenti in crescita del 5,6% e il portale Libero stabile a 2,5 milioni.

— © Riproduzione riservata —

6,2%, poi il Fatto Quotidiano +26,5%, Messaggero -1,8%, Fanpage stabile al settimo +20,9%, Stampa +26%, la già citata Ansa al nono posto e la Gazzetta dello Sport al decimo (-6,7%).

Fra le altre testate nazionali che si trovano in tabella, Leggo -9,1%, Sole 24 Ore +25,6%, Giornale +5,3%, Milano Finanza +19,2%. Mentre fra i siti online puri, HuffPost +14,4%, Dagospia +10,9%, Business Insider +12,6%.