

A marzo

Record di lettori per Corriere.it: oltre 11 milioni



La campagna elettorale, il calcolatore previdenziale («scopri quando andrai in pensione»), la lista degli italiani che hanno depositato i soldi nel Liechtenstein: sono alcuni dei temi che hanno spinto *Corriere.it* a un nuovo record di utenti unici nel mese di marzo. Undici milioni e 320.785 lettori si sono infatti collegati al sito per «fogliare» 350 milioni di pagine. L'incremento è del 3% rispetto a febbraio e del 44% nei confronti del marzo 2007. La media degli utenti in un giorno lavorativo si è stabilizzata sopra il milione. Anche la sezione video continua a crescere in linea con una tendenza che dimostra l'importanza dello sviluppo multimediale nel futuro di internet. *Corriere Tv* è stato guardato da un milione e 850.000 utenti con una crescita del 34% rispetto allo stesso mese dell'anno scorso. Una spinta importante è venuta dagli «Incontri digitali» dove i nostri lettori hanno potuto intervistare in videochat i principali candidati alle elezioni politiche. Solo l'incontro con Silvio Berlusconi, leader del Pdl, ha avuto 12.000 domande e 20.000 utenti collegati. Marzo ha tenuto a battesimo anche il nuovo canale Motori, inaugurato con il Salone di Ginevra, che ha avuto 340.000 utenti, mentre 480.000 lettori hanno visitato il nostro sito di annunci «Automobili.com». E crescono i siti locali: Vivimilano ha sfiorato il milione di utenti, 540.000 sono stati i lettori del *Corriere del Mezzogiorno* online e 176.000 quelli del *Corriere Fiorentino*, partito appena un mese fa. Spinto dalle vacanze pasquali, la sezione viaggi con oltre 650.000 utenti ha fatto registrare una crescita del 99% rispetto allo scorso anno. Bene anche *Corriere Salute* e *Sportello Cancro* che hanno superato la soglia degli 800.000 utenti (+41% rispetto all'anno scorso). Una spinta importante alla crescita del sito è venuta anche dall'archivio storico del *Corriere della Sera* dal 1992 ad oggi che, dopo l'apertura gratuita agli utenti, ha quintuplicato le visite.