

Pubblico trasversale e fidelizzato

Meteo, passione web per 28 mln d'italiani

C'è un argomento che domina le ricerche online tutto l'anno e contende ai siti pornografici il primato di contenuto più seguito: si tratta del clima e delle previsioni meteorologiche, che influiscono sull'organizzazione delle giornate della maggioranza degli italiani visto che il 61% circa si basa sulle previsioni meteorologiche per decidere cosa fare o non fare nelle 24 ore, almeno stando allo studio Monitor allianz global assistance in collaborazione con Nextplora.

A portare l'attenzione sulle condizioni meteorologiche «non c'è solamente l'inquinamento o il cambiamento climatico», dichiara **Emanuele Colli**, nuovo a.d. de IlMeteo.it, con un passato in Microsoft e Google, «ma anche la politica dopo tutta la diatriba di **Donald Trump** contro l'Accordo di Parigi e di certo la salute, per esempio. Insomma, s'inizia a parlare di "meteo-dipendenza"». A fronte delle nuove abitudini degli italiani, infatti, le ultime rilevazioni Audiweb di maggio scorso parlano di un pubblico complessivo di 27,6 milioni di utenti unici. «Il-Meteo.it arriva a quota 17,8

milioni su base mensile», precisa Colli. «E sfatiamo anche il falso mito che siano soprattutto i più anziani a cercare aggiornamenti climatici. Per noi predomina il target tra i 35 e i 54 anni, seguito da quello effettivamente più anziano tra i 55 e i 74 anni ma distanziato di pochissimo da chi ha dai 18 anni fino ai 34». I giovani, in particolare, utilizzano anche le applicazioni che si occupano di clima (quella de IlMeteo.it ha registrato oltre 8 milioni di download) oppure si aggiornano via social (nella fattispecie de www.ilmeteo.it attraverso la pagina Facebook con all'attivo quasi 4 milioni di like).

«Un dato da non trascurare», chiosa Colli, «è che non si tratta di ricerche online estemporanee. In un mese, fatta 100 la base di visitatori sul web, per il 90,95% non è la prima volta che ci consulta. La quota restante, invece, sono nuovi utenti. La scommessa è tutta, quindi, sulla fidelizzazione». Forse stimolata anche da una moda, sempre più dilagante, di dare nomi enfatici ai fenomeni meteorologici, dall'anticiclone africano Caronte al ciclone Poppea.



Emanuele Colli