



Febbre digitale

Dai dati della Nielsen online risulta che nel primo semestre 2008 i visitatori dei siti di mutui casa sono cresciuti del 20 per cento.

ELABORAZIONE DI STEFANO CARRARA

A internet la crisi fa bene

Online Meno mutui, meno consumi e investimenti? Sì, ma nell'economia tradizionale. In quella virtuale il mercato immobiliare cresce. E anche la borsa tiene bene.

di VITA LO RUSSO

La crisi evidentemente fa bene a internet. E, strano a dirsi, anche al mercato immobiliare, che nell'economia tradizionale è il più penalizzato. Nel primo semestre 2008, secondo i dati rilevati dalla Nielsen online, società italiana che assieme alla Commstrategy monitora il traffico in rete (una specie di Auditel dell'internet), i navigatori nei siti dei mutui casa sono cresciuti del 20 per cento arrivando a quota 1,2 milioni. Sverta per nume-

ro di contatti unici il portale Mutuonline, che aggregando le offerte di numerose banche si è aggiudicato il 74 per cento del totale degli utenti. Non stupisce, quindi, che mentre il mondo reale soffre Mutuonline abbia registrato, nei primi 9 mesi dell'anno, un aumento dei ricavi del 35,4 per cento e un aumento dell'utile netto del 74,6 per cento, pari a 10 milioni.

In altre parole: se complessivamente diminuiscono sia il numero dei mutui sia l'ammontare delle erogazioni (tra il primo semestre del 2007 e lo stesso periodo del 2008 i contratti sono scesi del 10 per cento e il volume dei prestiti di 1,680 miliardi), online le cose vanno meglio e si nota un aumento, seppur lieve, dei contratti. Per l'intero 2008 è atteso un aumento dei contratti del 20 per cento.

Il motivo lo spiega Roberto Anedda, direttore marketing del portale Mutuonline: «I siti specializzati permettono non solo di confrontare in modo chiaro e veloce soluzioni diverse, ma di tagliare fino allo 0,5 per cento il tasso d'interesse». Anche se «all'impennata di visite nei si-

ti della finanza» sottolinea Cristina Papini, sales & project manager della Nielsen online «non corrispondono adeguate investimenti pubblicitari», che in un anno si sono ridotti del 30 per cento.

Vedono crescere l'audience non solo i siti finanziari ma tutti quelli che offrono la possibilità di concludere un affare. Il sito Secondamano.it, una delle principali banche virtuali italiane, sta registrando una crescita di contatti del 10 per cento.

Tiene bene anche il mercato del trading online, quello che permette di comprare e vendere titoli in borsa stando a casa. Mauro Pratelli, amministratore delegato della **Traderlink**, software house specializzata nei servizi di erogazione di dati di borsa via internet, a luglio rilevava una domanda di servizi invariata rispetto al 2007, quasi che il crollo delle quotazioni non avesse allontanato i risparmiatori da Piazza Affari. «In generale» commenta «salvo nei casi in cui si abbassa la volatilità di borsa, l'attenzione rimane molto desta, così come la domanda di dati, ovvero di informazione».

L'edizione 2008 della Fiera del trading, organizzata proprio dalla **Traderlink** e dedicata ai piccoli investitori italiani, ha fatto segnare un aumento di presenze del 10 per cento. ●

Per i siti di prestiti casa è previsto un aumento dei contatti almeno del 20 per cento nel 2008.

<http://blog.panorama.it/economia>