

Report traffico web 2025

Periodo di analisi: gennaio – dicembre 2025

Fonte: Matomo, <https://webanalytics.italia.it/>

Nel corso del 2025 il sito web dell'Ateneo ha registrato un andamento del traffico complessivamente stabile, caratterizzato da una marcata stagionalità. I volumi di visita risultano strettamente correlati ai momenti chiave del calendario accademico, con picchi evidenti nei mesi di settembre e ottobre e flessioni fisiologiche nel periodo estivo e a fine anno.

Il comportamento degli utenti evidenzia un buon livello di coinvolgimento, con tempi medi di permanenza adeguati e una navigazione articolata su più pagine. L'accesso avviene prevalentemente da dispositivi mobili e attraverso canali organici e diretti.

Andamento del traffico

L'analisi mensile delle visite mostra un incremento progressivo nel primo trimestre, seguito da una fase di stabilizzazione e da una flessione nei mesi estivi. Il traffico raggiunge il suo massimo tra settembre e ottobre, per poi ridursi gradualmente negli ultimi mesi dell'anno.

Settembre rappresenta il momento di maggiore affluenza, con oltre 119.000 visite, seguito da ottobre con più di 105.000. Al contrario, agosto si conferma il mese con il volume più contenuto, poco sotto le 40.000 visite.

- **Picco annuale:** settembre (119.578 visite)
- **Secondo picco:** ottobre (105.235 visite)
- **Minimo:** agosto (39.409 visite)
- **Ripresa significativa:** marzo e luglio
- **Settembre–Ottobre:** massima domanda informativa (immatricolazioni, avvio corsi)
- **Marzo:** fase di orientamento e primo interesse
- **Agosto:** fisiologico calo estivo
- **Dicembre–gennaio:** contrazione post-avvio accademico

Questo andamento riflette in modo coerente le esigenze informative degli utenti, concentrate in particolare nei periodi di orientamento, immatricolazione e avvio delle attività didattiche.

Mese	Visite
Gennaio	61.403
Febbraio	66.971
Marzo	72.258
Aprile	54.322

Mese	Visite
Maggio	54.520
Giugno	44.886
Luglio	63.193
Agosto	39.409
Settembre	119.578
Ottobre	105.235
Novembre	75.990
Dicembre	48.622

Provenienza geografica (per regione)

La distribuzione geografica delle visite evidenzia una forte concentrazione sul territorio nazionale, con una prevalenza significativa delle regioni del Centro e del Sud Italia. Il Lazio si conferma come principale bacino di traffico, seguito dalla Campania, mentre le altre regioni presentano volumi più contenuti ma comunque distribuiti in modo capillare.

Si segnala una quota molto elevata di traffico non geolocalizzato ("Sconosciuto"), che limita parzialmente la precisione dell'analisi. A livello internazionale emergono presenze puntuali ma non strutturali, con contributi marginali provenienti da Europa, Nord America e altri contesti extraeuropei.

Regione / Area	Visite	% sul totale
Lazio	45.116	24,3%
Campania	13.091	7,0%
Veneto	5.060	2,7%
Umbria	2.965	1,6%
Emilia-Romagna	2.723	1,5%
Calabria	1.588	0,9%
Liguria	1.073	0,6%
Abruzzo	398	0,2%
Trentino-Alto Adige	299	0,2%

Regione / Area	Visite	% sul totale
Sconosciuto	113.582	61,1%
Totale regioni ITA	72.313	38,9%

Nel complesso, il traffico proveniente dall'Italia rappresenta la componente largamente dominante (circa **85–90%** del totale rilevato), mentre la quota internazionale si mantiene residuale e frammentata (circa **10–15%**), con presenze non strutturate distribuite tra Europa, Nord America e altri contesti extraeuropei.

Si evidenzia tuttavia una **quota molto rilevante di traffico non geolocalizzato (“Sconosciuto”)**, che incide in modo significativo sulla base dati e limita la precisione delle analisi territoriali. Questo elemento rappresenta un vincolo metodologico da considerare nella lettura complessiva del dato.

Comportamento degli utenti

Gli indicatori di utilizzo mostrano una fruizione efficace del sito. Il tempo medio di permanenza si attesta tra i quattro e i cinque minuti, mentre il numero medio di azioni per visita oscilla tra 3,8 e 4,8.

Il tasso di rimbalzo, generalmente compreso tra il 26% e il 30%, indica una buona capacità delle pagine di intercettare l'interesse degli utenti e di indirizzarli verso ulteriori contenuti.

Nel complesso, emerge un utilizzo orientato alla consultazione approfondita, con percorsi di navigazione articolati e una chiara finalità informativa.

Canali di accesso

Il traffico proviene in larga parte da motori di ricerca e accessi diretti. I canali social e i referral hanno un peso significativamente inferiore.

Questa distribuzione evidenzia come il sito sia principalmente raggiunto attraverso:

- ricerche attive degli utenti (SEO)
- accessi diretti legati alla conoscenza del brand

Il contributo dei social media appare marginale e non determinante nella generazione di traffico.

Dispositivi

L'accesso da dispositivi mobili rappresenta la quota prevalente del traffico, superando il 55% del totale. Il desktop mantiene comunque un ruolo rilevante, soprattutto per consultazioni più approfondite. Le risoluzioni più diffuse confermano una netta polarizzazione tra:

- standard desktop (1920×1080)
- formati smartphone di ultima generazione

Questo dato rafforza la necessità di un approccio progettuale prioritariamente orientato al mobile.

Dispositivo	Visite
Smartphone	442.060
Desktop	351.476
Tablet	7.605
Altri	marginali

Tipologia di dispositivi

Una quota significativa degli accessi è attribuita a dispositivi Apple, mentre una parte rilevante del traffico risulta non classificata o associata a dispositivi generici. Gli altri produttori (Samsung, Xiaomi, Motorola, Huawei) incidono in misura limitata. La presenza elevata di dispositivi non identificati suggerisce possibili limiti nella qualità del tracciamento.

Interazione

Il sito registra un volume consistente di download e di clic verso link esterni, confermando il suo ruolo di punto di accesso a risorse informative e documentali. Risulta invece assente il tracciamento delle conversioni, che non consente di valutare in modo puntuale l'efficacia delle azioni degli utenti rispetto agli obiettivi strategici dell'Ateneo.

Conclusioni

Il sito web dell'Università degli Studi di Napoli L'Orientale si conferma nel 2025 come uno strumento solido e affidabile per la diffusione delle informazioni istituzionali. I dati evidenziano un buon livello di utilizzo e di coinvolgimento, in linea con le esigenze del pubblico di riferimento. Permangono tuttavia margini di miglioramento, in particolare sul piano della misurazione delle performance e della diversificazione dei canali di accesso.