

Duplication Widget

Guida all'utilizzo

1.	Table	2
1.1	Unique Audience (000).....	2
1.2	Active Reach (%)	3
1.3	Universe Reach	3
1.4	Duplication.....	4
1.5	Active Duplication (%).....	4
1.6	Duplication (%).....	5
1.7	Relative Duplication	5
1.8	Exclusive Reach	6
1.9	Active Excl. Reach (%).....	6
1.10	Exclusive Reach (%).....	7
1.11	Relative Exclusivity	7
1.12	Exclusivity Idx.....	8
1.13	Total Page Views	8
1.14	Web Page Per Person	9
1.15	Total Minutes (000).....	9
1.16	Time Per Person	10
2.	Bars	10
2.1	Duplicazione ed esclusività in valori assoluti.....	11
2.2	Duplicazione ed esclusività in valori percentuali	11

2.3 Indici, pagine e tempo speso 12

3. Bubbles..... 12

4. **Totals (rilasciato il 23 gennaio 2011)** 14

1. Table

La matrice (table) va letta partendo dalla riga e incrociando l'elemento desiderato in colonna. A dipendenza della variabile di calcolo selezionata i numeri generati consentono diversi approcci di analisi. Qui sotto vengono illustrate le modalità di lettura della matrice per ognuna delle variabili disponibili in riferimento ad un esempio realizzato sui dati di marzo 2010.

Questi sono gli elementi considerati negli esempi che seguono:

Description	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach	Total Minutes	Time Per Person	Total Page Views	Web Page Per Person
Google	20.926.50	90.90%	38.40%	2.040.331	1:37:30	5.584.189.645	266.8
Facebook	16.554.90	71.90%	30.40%	10.313.206	10:22:58	20.834.942.435	1.258.50
YouTube	13.610.40	59.10%	25.00%	1.011.216	1:14:18	1.496.285.208	109.9
Microsoft	13.383.90	58.10%	24.50%	725.886	0:54:14	264.913.111	19.8
Virgilio	13.188.30	57.30%	24.20%	560.953	0:42:32	1.301.687.789	98.7

1.1 Unique Audience (000)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga o un altro sito in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 21'127,60 sono le persone che hanno acceduto a Google o a YouTube.

L'intersezione fra Google e Google fornisce la Unique Audience di Google (20'926,50). Questo significa che i valori riportati nella diagonale della matrice forniscono i valori di Unique Audience dei vari elementi considerati.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	20.926.50	21.540.50	21.127.60	21.368.00	21.374.70
Facebook	21.540.50	16.554.90	18.341.60	18.963.70	19.004.00
YouTube	21.127.60	18.341.60	13.610.40	17.131.30	17.106.10
Microsoft	21.368.00	18.963.70	17.131.30	13.383.90	17.147.60
Virgilio	21.374.70	19.004.00	17.106.10	17.147.60	13.188.30


A) Google: 20'926,50 Unique Audience (000)

B) YouTube: 13'610,40 Unique Audience (000)

C) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): 13'409,30

Unique Audience (000) nella matrice del Duplication widget = A + B - C

1.2 Active Reach (%)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga  un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Unique Audience (000). L'unica differenza è che i valori sono espressi in percentuale (in riferimento all'universo attivo del mese di riferimento).

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 91,80% è la percentuale delle persone attive (con attività internet nel mese considerato) che hanno acceduto a Google o a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	90.90%	93.60%	91.80%	92.80%	92.80%
Facebook	93.60%	71.90%	79.70%	82.40%	82.60%
YouTube	91.80%	79.70%	59.10%	74.40%	74.30%
Microsoft	92.80%	82.40%	74.40%	58.10%	74.50%
Virgilio	92.80%	82.60%	74.30%	74.50%	57.30%

A) Google: 20'926,50 Unique Audience (000)


B) YouTube: 13'610,40 Unique Audience (000)

C) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): 13'409,30

D) Universo attivo a marzo 2010 (000): 23'020,95 individui

Active Reach (%) nella matrice del Duplication widget = (A + B - C) / D * 100

1.3 Universe Reach

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga  un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Active Reach (%). L'unica differenza è che i valori sono riferiti all'universo totale del mese di riferimento.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 38,80% è la percentuale sul totale della popolazione che ha acceduto a Google o a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	38.40%	39.50%	38.80%	39.20%	39.20%
Facebook	39.50%	30.40%	33.60%	34.80%	34.90%
YouTube	38.80%	33.60%	25.00%	31.40%	31.40%
Microsoft	39.20%	34.80%	31.40%	24.50%	31.50%
Virgilio	39.20%	34.90%	31.40%	31.50%	24.20%

A) Google: **20'926,50** Unique Audience (000)

B) YouTube: **13'610,40** Unique Audience (000)

C) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): **13'409,30**

D) Universo totale a marzo 2010 (000): **54'522,15** individui

Universe Reach nella matrice del Duplication widget = $(A + B - C) / D * 100$

1.4 Duplication

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga e un altro sito in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 13'409,30 sono le persone che hanno acceduto sia a Google sia a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	20.926.50	15.940.90	13.409.30	12.942.40	12.740.00
Facebook	15.940.90	16.554.90	11.823.70	10.975.10	10.739.10
YouTube	13.409.30	11.823.70	13.610.40	9.863.00	9.692.60
Microsoft	12.942.40	10.975.10	9.863.00	13.383.90	9.424.50
Virgilio	12.740.00	10.739.10	9.692.60	9.424.50	13.188.30

1.5 Active Duplication (%)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga e un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Duplication. L'unica differenza è che i valori sono espressi in percentuale (in riferimento all'universo attivo del mese di riferimento).

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 58,20% è la percentuale delle persone attive (con attività internet nel mese considerato) che hanno acceduto sia a Google sia a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	90.90%	69.20%	58.20%	56.20%	55.30%
Facebook	69.20%	71.90%	51.40%	47.70%	46.60%
YouTube	58.20%	51.40%	59.10%	42.80%	42.10%
Microsoft	56.20%	47.70%	42.80%	58.10%	40.90%
Virgilio	55.30%	46.60%	42.10%	40.90%	57.30%

A) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): 13'409,30

B) Universo attivo a marzo 2010 (000): 23'020,95 individui

Active Duplication (%) nella matrice del Duplication widget = $A / B * 100$

1.6 Duplication (%)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga e un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Active Duplication (%). L'unica differenza è che i valori sono riferiti all'universo totale del mese di riferimento.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 24,60% è la percentuale sul totale della popolazione che ha acceduto sia a Google sia a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	38.40%	29.20%	24.60%	23.70%	23.40%
Facebook	29.20%	30.40%	21.70%	20.10%	19.70%
YouTube	24.60%	21.70%	25.00%	18.10%	17.80%
Microsoft	23.70%	20.10%	18.10%	24.50%	17.30%
Virgilio	23.40%	19.70%	17.80%	17.30%	24.20%

A) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): 13'409,30

B) Universo totale a marzo 2010 (000): 54'522,15 individui

Duplication (%) nella matrice del Duplication widget = $A / B * 100$

1.7 Relative Duplication

Indica la proporzione fra gli individui che hanno visitato un certo sito in riga e un altro sito in colonna con la Unique Audience dell'elemento considerato in riga. I valori sono in percentuale.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 64,08% è la percentuale degli individui che hanno visitato sia Google sia YouTube sul totale delle persone che hanno visitato Google. In altri termini il 64,08% delle persone che hanno visitato Google ha anche visitato YouTube.

I valori sulla diagonale indicano sempre 100%.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	100.00%	76.18%	64.08%	61.85%	60.88%
Facebook	96.29%	100.00%	71.42%	66.30%	64.87%
YouTube	98.52%	86.87%	100.00%	72.47%	71.21%
Microsoft	96.70%	82.00%	73.69%	100.00%	70.42%
Virgilio	96.60%	81.43%	73.49%	71.46%	100.00%

A) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (duplicated audience): 13'409,30

B) Google: 20'926,50 Unique Audience (000)

Relative Duplication nella matrice del Duplication widget = A / B * 100

1.8 Exclusive Reach

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga **e non** un altro sito in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 7'517,20 sono le persone che hanno acceduto a Google ma non a YouTube.

I valori sulla diagonale indicano sempre 0.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	0	4.985.60	7.517.20	7.984.10	8.186.50
Facebook	614	0	4.731.20	5.579.80	5.815.80
YouTube	201.1	1.786.70	0	3.747.40	3.917.80
Microsoft	441.5	2.408.80	3.520.90	0	3.959.40
Virgilio	448.2	2.449.20	3.495.70	3.763.70	0

1.9 Active Excl. Reach (%)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga **e non** un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Exclusive Reach. L'unica differenza è che i valori sono espressi in percentuale (in riferimento all'universo attivo del mese di riferimento).

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 32,70% è la percentuale delle persone attive (con attività internet nel mese considerato) che hanno acceduto a Google ma non a YouTube.

I valori sulla diagonale indicano sempre 0.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	0.00%	21.70%	32.70%	34.70%	35.60%
Facebook	2.70%	0.00%	20.60%	24.20%	25.30%
YouTube	0.90%	7.80%	0.00%	16.30%	17.00%
Microsoft	1.90%	10.50%	15.30%	0.00%	17.20%
Virgilio	1.90%	10.60%	15.20%	16.30%	0.00%

A) Persone che hanno visitato Google ma non YouTube: **7'517,20**

B) Universo attivo a marzo 2010 (000): **23'020,95** individui

Active Excl. Reach (%) nella matrice del Duplication widget = A / B * 100

1.10 Exclusive Reach (%)

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga **e non** un altro sito in colonna. Funziona secondo i criteri indicati per Active Excl. Reach (%). L'unica differenza è che i valori sono riferiti all'universo totale del mese di riferimento.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 13,80% è la percentuale sul totale della popolazione che ha acceduto a Google ma non a YouTube.

I valori sulla diagonale indicano sempre 0%.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	0.00%	9.10%	13.80%	14.60%	15.00%
Facebook	1.10%	0.00%	8.70%	10.20%	10.70%
YouTube	0.40%	3.30%	0.00%	6.90%	7.20%
Microsoft	0.80%	4.40%	6.50%	0.00%	7.30%
Virgilio	0.80%	4.50%	6.40%	6.90%	0.00%

A) Persone che hanno visitato Google ma non YouTube: **7'517,20**

B) Universo totale a marzo 2010 (000): **54'522,15** individui

Duplication (%) nella matrice del Duplication widget = A / B * 100

1.11 Relative Exclusivity

Indica la proporzione fra gli individui che hanno visitato un certo sito in riga **e non** un altro sito in colonna con la Unique Audience dell'elemento considerato in riga. I valori sono in percentuale.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 35,92% è la percentuale degli individui che hanno visitato Google ma non YouTube sul totale delle persone che hanno visitato Google.

In altri termini il 35,92% delle persone che hanno visitato Google non ha visitato YouTube. I valori sulla diagonale indicano sempre 0%.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	0.00%	23.82%	35.92%	38.15%	39.12%
Facebook	3.71%	0.00%	28.58%	33.70%	35.13%
YouTube	1.48%	13.13%	0.00%	27.53%	28.79%
Microsoft	3.30%	18.00%	26.31%	0.00%	29.58%
Virgilio	3.40%	18.57%	26.51%	28.54%	0.00%

A) Persone che hanno visitato Google ma YouTube: **7'517,20**

B) Google: **20'926,50** Unique Audience (000)

Relative Exclusivity nella matrice del Duplication widget = $A / B * 100$

1.12 Exclusivity Idx

Indica gli individui che hanno visitato un certo sito in riga e non un altro sito, sotto forma di indice.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 56,1 è l'indice degli individui che hanno visitato Google ma non YouTube sul totale delle persone che hanno visitato sia Google sia YouTube (in questo caso un indice piuttosto basso di esclusività, che descrive come fra Google e YouTube vi sia soprattutto audience duplicata).

I valori sulla diagonale indicano sempre 0.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	0	31.3	56.1	61.7	64.3
Facebook	3.9	0	40	50.8	54.2
YouTube	1.5	15.1	0	38	40.4
Microsoft	3.4	21.9	35.7	0	42
Virgilio	3.5	22.8	36.1	39.9	0

A) Persone che hanno visitato Google ma non YouTube: **7'517,20** Exclusive Reach

B) Persone che hanno visitato sia Google sia YouTube: **13'409,30** Duplication

Relative Exclusivity nella matrice del Duplication widget = A / B

1.13 Total Page Views

Indica le Page Views totali in riferimento ai due siti considerati in riga e in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 7'080'474'853 sono le PageViews complessive di coloro che hanno acceduto a Google o a YouTube.

L'intersezione fra Google e Google fornisce le Page Views di Google (5'584'189'645). Questo significa che i valori riportati nella diagonale della matrice forniscono i valori di Page Views dei vari elementi considerati.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	5,584,189,645	26,419,132,080	7,080,474,853	5,849,102,756	6,885,877,434
Facebook	26,419,132,080	20,834,942,435	22,331,227,643	21,099,855,546	22,136,630,224
YouTube	7,080,474,853	22,331,227,643	1,496,285,208	1,761,198,319	2,797,972,997
Microsoft	5,849,102,756	21,099,855,546	1,761,198,319	264,913,111	1,566,600,900
Virgilio	6,885,877,434	22,136,630,224	2,797,972,997	1,566,600,900	1,301,687,789

A) Google: 5'584'189'645 Page Views

B) YouTube: 1'496'285'208 Page Views

Total Page Views nella matrice del Duplication widget = A + B

1.14 Web Page Per Person

Indica le Page Views per persona in riferimento ai due siti considerati in riga e in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 335,1 sono le PageViews pro capite considerando coloro che hanno acceduto a Google o a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	266.8	1,226.50	335.1	273.7	322.2
Facebook	1,226.50	1,258.50	1,217.50	1,112.60	1,164.80
YouTube	335.1	1,217.50	109.9	102.8	163.6
Microsoft	273.7	1,112.60	102.8	19.8	91.4
Virgilio	322.2	1,164.80	163.6	91.4	98.7

A) Google + YouTube: 7'080'474'853 Page Views

B) Persone che hanno visitato Google o YouTube: 21'127.60 Unique Audience (000)

Web Page Per Person nella matrice del Duplication widget = A / (B * 1'000)

1.15 Total Minutes (000)

Indica i minuti totali di navigazione (in migliaia) in riferimento ai due siti considerati in riga e in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 3'051'548 sono i minuti complessivi di navigazione (in migliaia) di coloro che hanno acceduto a Google o a YouTube.

L'intersezione fra Google e Google fornisce i minuti totali di navigazione di Google (2'040'331). Questo significa che i valori riportati nella diagonale della matrice forniscono i valori di minuti di navigazione dei vari elementi considerati.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	2,040,331	12,353,537	3,051,548	2,766,218	2,601,285
Facebook	12,353,537	10,313,206	11,324,422	11,039,092	10,874,159
YouTube	3,051,548	11,324,422	1,011,216	1,737,103	1,572,170
Microsoft	2,766,218	11,039,092	1,737,103	725,886	1,286,840
Virgilio	2,601,285	10,874,159	1,572,170	1,286,840	560,953

A) Google: 2'040'331 Total Minutes (000)

B) YouTube: 1'011'216 Total Minutes (000)

Total Minutes nella matrice del Duplication widget = A + B

1.16 Time Per Person

Indica il tempo navigazione per persona in riferimento ai due siti considerati in riga e in colonna.

Se considero l'esempio sottostante e mi soffermo su Google in riga, 2:24:26 è il tempo di navigazione pro capite considerando coloro che hanno acceduto a Google o a YouTube.

Description	Google	Facebook	YouTube	Microsoft	Virgilio
Google	1:37:30	9:33:30	2:24:26	2:09:28	2:01:42
Facebook	9:33:30	10:22:58	10:17:25	9:42:07	9:32:12
YouTube	2:24:26	10:17:25	1:14:18	1:41:24	1:31:55
Microsoft	2:09:28	9:42:07	1:41:24	0:54:14	1:15:02
Virgilio	2:01:42	9:32:12	1:31:55	1:15:02	0:42:32

2. Bars

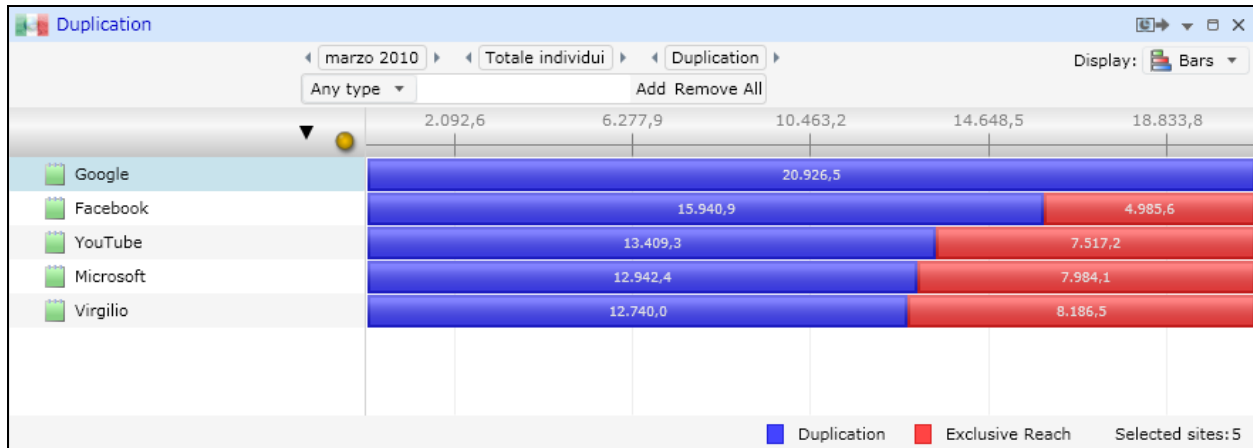
La visualizzazione a barre del Duplication widget è utile per un'analisi più visiva e diretta. Lo scopo di questa visualizzazione è quello di fornire all'utente un quadro della situazione sugli elementi selezionati attraverso una rappresentazione grafica che consenta di capire in modo immediato le differenze fra i vari elementi considerati.

Selezioni diverse di variabili di calcolo generano diverse rappresentazioni dei dati.

2.1 *Duplicazione ed esclusività in valori assoluti*

Selezionando le tre variabili di calcolo sottostanti il risultato proposto è il medesimo:

- Unique Audience (000)
- Duplication
- Exclusive Reach



La larghezza della barra dell'elemento pivot selezionato indica la Unique Audience (000). In questo caso l'elemento pivot è Google (20'926,5).

Gli altri elementi presentano una porzione in blu e una in rosso:

- La parte in blu sta a indicare la Duplication (duplicazione in valore assoluto)
- La parte in rosso sta a indicare l'Exclusive Reach

In riferimento all'esempio se considero Google il grafico mi indica che dei quasi 21 milioni di utenti di Google per il mese di marzo 2010, quasi 16 milioni ha anche visitato Facebook. Inoltre in riferimento al totale delle persone che hanno visitato Facebook quasi 5 milioni non ha visitato Google.

2.2 *Duplicazione ed esclusività in valori percentuali*

Selezionando le variabili di calcolo sottostanti il risultato proposto è il medesimo ed è basato sull'universo attivo:

- Active Reach (%)
- Active Duplication (%)

- Active Excl. Reach (%)

Selezionando invece le variabili di calcolo sottostanti il risultato proposto è basato sull'universo totale (popolazione):

- Universe Reach
- Duplication (%)
- Exclusive Reach (%)

Selezionando le variabili di calcolo sottostanti il risultato proposto è il medesimo ed è basato sull'ActiveReach (000) dell'elemento pivot:

- Relative Duplication
- Relative Exclusivity

2.3 Indici, pagine e tempo speso

Le seguenti variabili di calcolo, se selezionate, permettono di visualizzare i rispettivi valori in relazione all'elemento pivot selezionato. In questi casi vi è solo un tipo di barra (blu) che espone il valore della variabile selezionata. Questo significa che la selezione di queste variabili consente una visualizzazione dei risultati a un'unica dimensione:

- Exclusivity Idx
- Total Page Views
- Web Page Per Person
- Total Minutes
- Time Per Person

3. Bubbles

La visualizzazione a bolle del Duplication widget è anch'essa utile per un'analisi visiva e diretta. Lo scopo di questa visualizzazione è quello di fornire all'utente un quadro della situazione sugli elementi

selezionati attraverso una rappresentazione grafica che consenta di capire in modo immediato le differenze fra i vari elementi considerati, sfruttando tre dimensioni.

Selezioni diverse di variabili di calcolo generano diverse rappresentazioni dei dati.

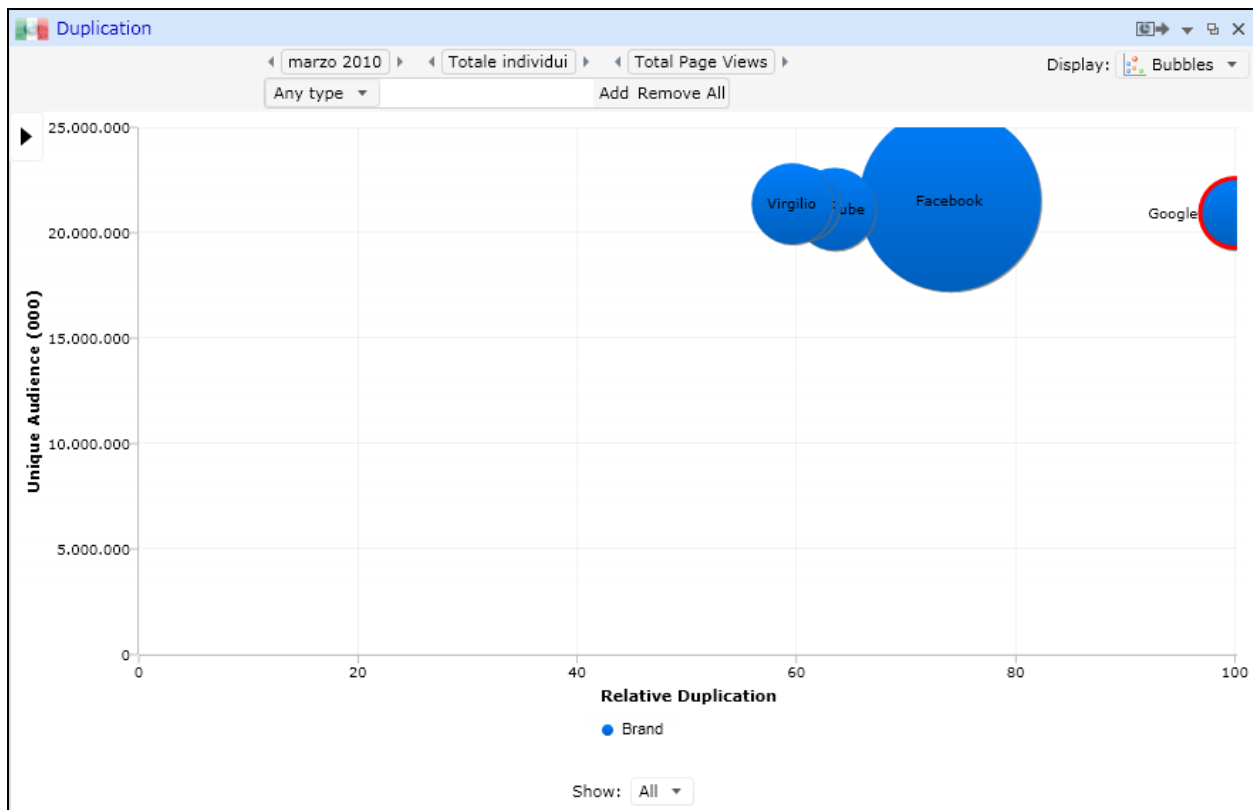
L'asse delle X fornisce sempre i valori di relative Duplication.

L'asse delle Y fornisce sempre i valori di Unique Audience (000).

La terza dimensione è data dalla dimensione delle bolle che permette di arricchire il grafico con informazioni aggiuntive.

Ovviamente in questa visualizzazione la selezione delle variabili Unique Audience (000) e Relative Duplication non ha molto senso, in quanto la dimensione delle bolle andrebbe a replicare quanto già riportato attraverso gli assi delle X e delle Y.

L'esempio sottostante riguarda un possibile utilizzo di questa visualizzazione, sfruttando a pieno le tre dimensioni del grafico a bolle.

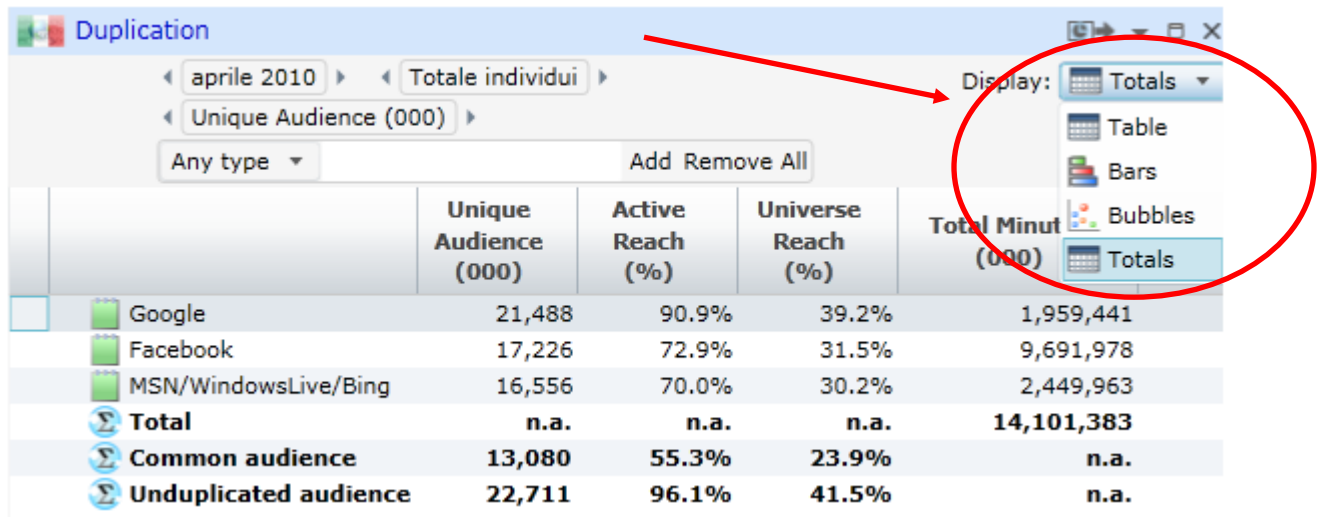


In questo esempio la variabile selezionata è total Page Views.

Questo mi consente di capire in modo immediato che considerando Google come elemento pivot, nonostante tutti gli altri elementi generino una buona Relative Duplication, il brand che genera il maggior numero di Page Views accoppiato a Google è Facebook.

4. Totals (rilasciato il 23 gennaio 2011)

Dal 23 gennaio 2011 è possibile selezionare una nuova modalità di Display che consente di visualizzare i dati totali su una lista di elementi selezionati dall'utente.



	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Total Minut (000)
Google	21,488	90.9%	39.2%	1,959,441
Facebook	17,226	72.9%	31.5%	9,691,978
MSN/WindowsLive/Bing	16,556	70.0%	30.2%	2,449,963
Total	n.a.	n.a.	n.a.	14,101,383
Common audience	13,080	55.3%	23.9%	n.a.
Unduplicated audience	22,711	96.1%	41.5%	n.a.

La tabella riporta i dati di Unique Audience, Common Audience e Unduplicated Audience totale per un massimo di 10 elementi selezionati.

Per ciascun elemento presente in elenco sono riportati i dati delle metriche indicate in colonna (Unique Audience, Active Reach, Total Pageviews).

Le ultime tre righe sono relative alle variabili specifiche di questo widget, ovvero:

- la riga Total riporta la somma dei valori totali di minuti e pageviews per gli elementi selezionati (massimo 10)
- la riga Common Audience riporta il totale utenti unici che hanno visitato tutti i siti presenti in elenco. Tale valore è espresso in percentuale rispetto all'universo di utenti che sono stati attivi nel mese (Active Reach %) e rispetto al totale della popolazione italiana (Universe Reach%)
- la riga Unduplicated Audience riporta il totale utenti unici che hanno visitato almeno uno dei siti presenti in elenco nel mese selezionato. Questo dato viene quindi riportato in valore assoluto e in percentuale rispetto al totale utenti attivi nel mese (Active Reach %) e rispetto al totale della popolazione italiana (Universe Reach%).

Duplication

settembre 2010 | Totale individual | Unique Audience (000) | Any type | Add Remove All | Display: Totals

	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Total Minutes (000)	Total Page Views (000)
Google	21,862	90.9%	40.0%	2,082,903	5,693,380
Facebook	17,819	74.1%	32.6%	8,064,664	16,946,973
MSN/WindowsLive/Bing	16,001	66.6%	29.3%	1,873,711	1,512,914
YouTube	14,447	60.1%	26.4%	933,425	1,461,749
Yahoo!	13,128	54.6%	24.0%	523,039	1,199,893
Virgilio	13,108	54.5%	24.0%	574,439	1,358,137
Total	n.a.	n.a.	n.a.	14,052,181	28,173,045
Common audience	6,746	28.1%	12.3%	n.a.	n.a.
Unduplicated audience	23,265	96.8%	42.5%	n.a.	n.a.

Selected sites: 6