

Audiweb distribuisce i dati dalla total digital audience del mese di gennaio 2020 e, contestualmente, pubblica i dati Audiweb Week della settimana tra il 2 e l'8 marzo 2020

I dati Audiweb Database del mese di gennaio sono stati distribuiti alle software house, come di consueto, per essere consultati dagli operatori iscritti al servizio tramite i tool di analisi e pianificazione.

Sono inoltre disponibili sul sito Audiweb i dati Audiweb Week che rappresentano il panorama degli editori iscritti in questo periodo particolarmente complesso e in cui l'attenzione degli utenti verso l'informazione online è molto elevata e continua.

Milano, 12 marzo 2020 – Contestualmente alla distribuzione dei dati **Audiweb Database**⁽¹⁾ del mese di gennaio 2020, il nastro di pianificazione con i dati della fruizione di internet in Italia, sul sito Audiweb è stato pubblicato il report di sintesi dei dati **Audiweb Week**⁽²⁾ riferiti alla **settimana tra il 2 e l'8 marzo 2020**.

Il report di sintesi Audiweb Week - settimana 2-8 marzo 2020

In un periodo così complesso e delicato, i **dati Audiweb Week** tra il 2 e l'8 marzo lasciano emergere il **grande interesse verso l'informazione online da parte degli utenti**, in una settimana molto critica e contrassegnata da importanti decisioni per tutta la popolazione in Italia.

Nel report Audiweb Week i dati della settimana sono organizzati per **Brand** e **Sub-brand** degli editori aderenti al servizio di rilevazione e rappresentati in base alle **categorie** e **sotto-categorie** di appartenenza, così da offrire una vista completa sui differenti contenuti e servizi disponibili online. Sono, inoltre, riportate **due sezioni**: una relativa ai **dati "Text"** (fruizione dei contenuti statici) e una ai **dati "Video"** (fruizione dei contenuti video).

Entrando nel dettaglio dei dati della settimana tra il 2 e l'8 marzo si rilevano, in media, **variazioni verso l'alto** in tutte le categorie composte da almeno 10 brand, confrontate con la variazione media delle settimane dal 20 gennaio al 16 febbraio in cui non circolavano ancora informazioni preoccupanti sulla diffusione del Coronavirus in Italia.

I dati risultano molto rilevanti sia per quanto riguarda la fruizione dei contenuti statici - text - che dei contenuti video. In particolare, **per quanto riguarda la fruizione dei contenuti "text"**, risulta molto importante la **variazione media dei siti rappresentati nella categoria "News & Information"** (+50% variazione media), con una **variazione media pari al 61% per i siti della sotto-categoria "Current events and global news"**.

Il report è pubblicato nella sezione **"Servizi>Dati Audiweb Week"** del sito www.audiweb.it - consultabile previa registrazione gratuita - e riporta i dati dell'audience online della settimana degli editori iscritti al servizio Audiweb Daily / Weekly.

Sintesi sui dati della total digital audience nel mese di gennaio 2020 - Audiweb Database

Dai dati di sintesi Audiweb Database del mese di **gennaio** risulta che la total digital audience ha raggiunto **43,3 milioni di utenti unici mensili**, collegati dai device rilevati - Computer, Tablet e Smartphone - dedicando alla navigazione di internet 112 ore e 49 minuti, pari a 4 giorni e 16 ore.

Nel giorno medio hanno navigato **34,8 milioni di persone dai 2 anni in su**, spendendo online 4 ore e 33 minuti per persona. Dai dati di **dettaglio sui device utilizzati per accedere** a internet, risulta che erano online tramite Computer 10,4 milioni di utenti dai 2 anni in su, mentre erano **30,5 milioni i maggiorenni online da Smartphone** e 4,5 milioni da **Tablet**.

LA TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL MESE DI GENNAIO 2020

	TOTAL DIGITAL AUDIENCE (2+ anni)	COMPUTER (2+ anni)	TABLET (18 - 74 anni)	SMARTPHONE (18 - 74 anni)
UTENTI UNICI - GIORNO MEDIO (MILIONI)	34,8	10,4	4,5	30,5
% POPOLAZIONE - GIORNO MEDIO (%)	58,3%	17,4%	10,1%	67,9%
TEMPO PER PERSONA - GIORNO MEDIO (HH:MM)	4:33	1:15	1:50	4:30
UTENTI UNICI - MESE (MILIONI)	43,3	27,3	7,3	37,6
% POPOLAZIONE - MESE (%)	72,5%	45,8%	16,2%	83,8%
TEMPO PER PERSONA - MESE (HH:MM)	113:25	14:50	35:22	112:49

Fonte: Audiweb Database, GENNAIO 2020 - Audiweb powered by Nielsen
Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta nel periodo di rilevazione
Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni che hanno navigato almeno una volta da smartphone e/o tablet

I report di sintesi Audiweb Week della settimana tra il 2 e l'8 marzo e e Audiweb Database del mese di Gennaio 2020 sono disponibili sul sito Audiweb e sono consultabili previa registrazione gratuita al sito.

(1) La metodologia alla base del nuovo sistema Audiweb 2.0

Il nuovo sistema di rilevazione, Audiweb 2.0, realizzato in collaborazione con Nielsen, è basato su **quattro fonti di dati**: la fonte **"censuaria"**, basata sull'strumentazione di un **TAG/SDK** (Software Development Kit di Nielsen) che consente la raccolta di dati relativi alla fruizione di tutti i contenuti online da differenti device e piattaforme e che, con le informazioni provenienti dal big data provider, è alla base della rilevazione Audiweb Daily / Weekly; i **Big Data**, le cui informazioni, validate dal Panel, contribuiscono all'attribuzione di età e genere all'audience e alla deduplica delle audience tra device.

A queste due fonti di rilevazione, si aggiunge la **rilevazione Audiweb Panel**. Alla base della produzione dell'Audiweb Database Respondent Level, la rilevazione Audiweb Panel è la misurazione che avviene attraverso un **campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana**, che ha installato un software meter nel proprio computer, smartphone e/o tablet e fornisce informazioni oggettive e dettagliate sulla fruizione dell'online, oltre a dati esclusivi sul profilo socio-demo degli utilizzatori della Rete. Le informazioni provenienti dalla rilevazione Panel vengono poi espanso all'intero universo della popolazione connessa grazie alle informazioni derivanti dalla **nuova Ricerca di base congiunta con Auditel**.

Il prodotto finale e più completo della fusione di tutte le fonti di dati del sistema è rappresentato dal **nastro di pianificazione, Audiweb Database**, che offre le informazioni sull'audience di tutta l'offerta online e i **dati elementari di navigazione degli editori iscritti al servizio, con i profili socio-demografici degli utenti (= "Respondent Level")** - non solo per genere ed età, come per i dati "Daily" e Weekly", ma offrendo anche le informazioni relative al livello di istruzione, alla condizione professionale, al tipo di occupazione, il numero dei componenti in famiglia, il reddito familiare, l'area geografica, la regione di provenienza e, novità importante, la / il responsabile di acquisto -, arrivando a una rappresentazione dei comportamenti di fruizione per **fascia oraria giornaliera di 3 ore**.

(2) La rilevazione Audiweb Daily / Weekly in sintesi

Il report Audiweb Week rappresenta un estratto della rilevazione Audiweb Daily / Weekly e riporta i dati dell'audience online di una settimana del mese di rilevazione per gli editori aderenti e che hanno strumentato il TAG/SDK per l'attivazione della componente censuaria.

Derivati dalla rilevazione Audiweb Daily / Weekly, che offre dati "currency" (utenti, non browser), i dati rappresentati nel report Audiweb Week sono riferiti all'universo di **individui dai 2 anni in su**, non solo per la componente Computer, ma anche per la componente Mobile - Smartphone e Tablet - che nella rilevazione Audiweb Database è circoscritta all'universo di individui di 18-74 anni. La rilevazione Audiweb Daily / Weekly, realizzata in collaborazione con Nielsen, offre dati giornalieri (Daily) e settimanali (Weekly) relativi agli editori che hanno aderito alla rilevazione e che hanno implementato e certificato il nuovo TAG/SDK.

I dati disponibili presentano un livello di profilazione relativo a genere ed età per tutte le entità iscritte dagli editori aderenti, con una copertura completa delle audience generate dalla fruizione di contenuti statici e video tramite differenti device (computer, smartphone, tablet e portable media player) e piattaforme (browsing tradizionale, applicazioni, browsing in app mobile Facebook, FB Instant Article, Google AMP).

Questa rilevazione produce dati currency (utenti, non browser) riferiti all'universo di individui di 2+ anni che navigano attraverso i device rilevati.

I dati daily e weekly sono distribuiti entro 72 ore dalla rilevazione e sono consultabili dagli operatori iscritti (Editori, Concessionarie, Agenzie e Centri Media) tramite l'interfaccia "Audiweb Media View".

Per maggiori informazioni sulla rilevazione Audiweb Daily / Weekly e sul nuovo sistema Audiweb 2.0 è possibile consultare la pagina dedicata sul sito www.audiweb.it, oppure il documento Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito.

*Definizione di utenti unici.

Il numero di singole persone, deduplicate, che si sono collegate, in un determinato arco temporale, ad un sito e/o elementi di esso effettuando una o più visite.

Differiscono dai browser e visitatori unici in quanto rappresentano persone fisiche.

Degli utenti unici è analizzabile anche la sovrapposizione su di diversi siti, valutando quanto pubblico hanno in comune (sovrapposizione) e quanto ne hanno complessivamente al netto delle duplicazioni (unduplicated audience).

Rispetto al dato dell'audience online nel mese, che ci dà un'idea della copertura del mezzo nel periodo di rilevazione, **l'osservazione del dato dell'audience online nel giorno medio è importante poiché fornisce, tra le varie informazioni, indicazioni sulla frequenza di utilizzo del mezzo.

Cosa si intende per giorno medio

Il giorno medio indica, per il mese di riferimento, il numero medio di utenti unici giornalieri, che nel giorno hanno effettuato almeno un accesso a internet.

Come si calcola il giorno medio?

La somma degli utenti unici di ciascun giorno del mese osservato / numero dei giorni del mese = il numero medio di utenti unici giornalieri del mese di osservazione.

L'osservazione nel giorno medio fornisce, ad esempio, indicazioni sulla frequenza di utilizzo.

Tutte le informazioni sul nuovo sistema Audiweb 2.0 e sui dati disponibili sono consultabili sul **sito www.audiweb.it** e nel documento completo delle **Note Informative consegnate ad AGCOM e pubblicate sul sito.**

AUDIWEB

Audiweb è il soggetto realizzatore e distributore dei dati sulla audience online. Il suo obiettivo primario è fornire informazioni oggettive e imparziali al mercato, di carattere quantitativo e qualitativo, sulla fruizione del mezzo Internet e sui sistemi online utilizzando opportuni strumenti di rilevazione.

Audiweb è un Joint Industry Committee **intitolato a Enrico Gasperini che ha rifondato e guidato la società dal 2007 fino alla sua scomparsa.**



Il JIC è composto da tutti gli operatori del mercato: Fedoweb, associazione degli editori online; UPA Utenti Pubblicità Associati, che rappresenta le aziende nazionali e multinazionali che investono in pubblicità; e Assap Servizi, l'azienda di servizi di UNA, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Maria Giovanna Migliaro: Mob. 389 9744207 – mariagiovanna.migliaro@gmail.com