

Nota per la stampa

Milano 29 ottobre 2020 – Nella seduta odierna, **il Consiglio di Amministrazione Audiweb ha approvato il piano di lavoro, con ulteriori approfondimenti sul processo di adeguamento del sistema di rilevazione Audiweb 2.0.**

Tale processo è stato avviato lo scorso mese di luglio per affrontare in tempi rapidi le nuove sfide che il mercato sta imponendo anche al mondo delle rilevazioni, in primo luogo la imminente impossibilità di utilizzare cookies di terza parte. L'obiettivo di Audiweb è quello di soddisfare le esigenze degli operatori del settore, garantendo continuità ed efficienza del processo di produzione e distribuzione dei dati dell'audience online.

Per questo motivo si sta lavorando all'adeguamento del sistema di rilevazione Audiweb 2.0, che proporrà la medesima logica strutturale e non risentirà della programmata impossibilità da parte del mercato di utilizzare cookies di terza parte.

Le componenti principali su cui si fonda la ricerca Audiweb, ovvero Ricerca di Base, Audiweb Panel, i TAG/SDK per la rilevazione censuaria e il sistema di catalogazione dell'offerta editoriale restano sostanzialmente invariati così come i principali servizi resi: Audiweb Database per le attività di media planning e analisi delle audience e Audiweb Media View per la consultazione dei dati.

Gli scenari di sviluppo della ricerca, che deve riflettere la tendenza al costante rinnovamento tipica dell'ecosistema digitale, saranno oggetto di attenta valutazione nel corso del 2021, con uno sguardo volto anche agli anni a seguire e a quanto potrà offrire il mercato, onde garantire una ricerca sempre all'avanguardia.

Marco Muraglia, presidente di Audiweb dichiara: *“Stiamo portando avanti un lavoro di analisi molto intenso e dettagliato con il prezioso contributo del Comitato Tecnico di Audiweb per promuovere una ricerca all'avanguardia che, grazie ad interventi limitati, ma essenziali sull'impianto attuale, integri, senza soluzione di continuità, tutte le considerazioni e le esigenze espresse dal mercato adattandosi in modo coerente agli scenari futuri. Questo processo verrà ulteriormente approfondito nel 2021 onde valutare le più ampie opportunità di rappresentazione delle audience online..*

Una delle più importanti eredità che il progetto Audiweb 2.0 ha lasciato è la consapevolezza diffusa che un processo di miglioramento costante sia essenziale per rispondere alle esigenze del mercato e debba quindi diventare un tratto distintivo del nuovo corso di Audiweb”.

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