

Disponibile il report Audiweb Week della settimana tra il 10 e il 16 agosto 2020

Anche per questa settimana di rilevazione continua il trend positivo per gran parte delle entità iscritte ad Audiweb Daily/Weekly che hanno proposto contenuti text e video dedicati alle attività sportive previste in calendario dopo la ripartenza di giugno

Il report con i nuovi dati di sintesi dell'audience online della settimana degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily/Weekly è disponibile sul sito Audiweb

Milano, 2 settembre 2020 – Audiweb ha reso disponibile sul sito il nuovo report Audiweb Week⁽¹⁾ con la sintesi dei dati dell'audience online della **settimana tra il 10 e il 16 agosto 2020** degli **editori aderenti alla rilevazione Audiweb Daily / Weekly e che hanno instrumentato il TAG/SDK** per l'attivazione della componente censuaria.

I dati Audiweb Week della settimana tra il 10 e il 16 agosto riflettono l'andamento della tipica settimana di ferragosto, in cui si riscontra un **calo "stagionale"** per molte entità online. Nonostante il tipico trend estivo, **circa la metà delle entità rilevate** mostra **variazioni positive** rispetto alla settimana tra il 13 e il 19 luglio che già mostrava valori più contenuti per effetto della stagionalità estiva. Tra questi mostrano valori in crescita in particolare i **brand e sub-brand dedicati ai contenuti sportivi**.

Nella settimana di rilevazione tra il 10 e il 16 agosto, infatti, il calendario degli appuntamenti sportivi, tra cui la Champions League 2020 - posticipata a causa della pandemia Covid-19 e i cui quarti di finale si sono giocati proprio nel corso di questa settimana di rilevazione - e il Motomondiale che ha sfiorato sia l'inizio che la fine di questa settimana, ha attirato l'attenzione di parte dell'audience online verso i Brand e i Sub-Brand della categoria Entertainment-Sports.

Calcio, motori e ciclismo sono dunque i temi che hanno mosso più di altri l'interesse degli utenti online in questa settimana di rilevazione, alimentando positivamente anche il **trend dei contenuti video** degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb Daily / Weekly.

La rilevazione Audiweb Daily / Weekly offre dati "currency" (utenti, non browser) 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.

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).

I report Audiweb Week sono consultabili sul sito www.audiweb.it nella sezione **"Servizi>Dati Audiweb Week"** e nella pagina **"Archivio"** per quanto riguarda le precedenti pubblicazioni, scaricabili previa registrazione gratuita..

⁽¹⁾ **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.

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

