

Audiweb pubblica il report Audiweb Week della settimana tra il 4 e il 10 maggio 2020

In questa settimana di rilevazione persiste l'incremento generale dell'audience online rispetto al periodo di pre-emergenza (+26,5%) anche se con un andamento generale più contenuto e un ritorno verso i valori standard.*

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, 26 maggio 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 4 e il 10 maggio 2020 degli **editori aderenti alla rilevazione Audiweb Daily / Weekly e che hanno strumentato il TAG/SDK** per l'attivazione della componente censuaria.

Il report Audiweb Week dal 4 al 10 maggio rappresenta i consumi online nella **prima settimana della Fase 2 dell'emergenza Coronavirus** che si apre con la ripartenza di alcune attività e precede la più ampia apertura di metà maggio. In questa settimana di rilevazione **persiste l'incremento generale** dell'audience online rispetto al periodo di pre-emergenza (+26,5%*) anche se con un **andamento generale più contenuto e un ritorno verso i valori standard**.

Andamento che si riscontra, ad esempio, analizzando i dati delle entità iscritte alla rilevazione e classificate nella categoria **News & Information**, che in questo lungo periodo di emergenza ha registrato variazioni medie più elevate delle altre categorie e che **rispetto al periodo di pre-emergenza*** presenta ancora un incremento medio del 27%. Così come, più in dettaglio, i **siti di informazione** (sotto-categoria Current Event & Global News) presentano una variazione media del +33% rispetto al periodo di pre-emergenza, segno di un interesse ancora forte verso questo tipo di contenuti, mentre **rispetto alla settimana tra il 20 e il 26 aprile 2020** - che si chiude proprio con l'annuncio della fase 2 - si riscontra una flessione media dei valori rilevati pari al -12%.

Anche l'audience online dei siti iscritti e classificati nella categoria **Home & Fashion** presenta valori in flessione rispetto alla **settimana 20-26 aprile (-15%)**, ma che restano ancora alti in confronto alla **settimana media pre-emergenza (+41%)**. In entrambi i casi i valori sono guidati dai siti della sotto-categoria **Food & Cooking**.

Lo stesso andamento si può osservare per la categoria **Entertainment** che cala rispetto ai dati **20-26 aprile (-4%)**, ma resta superiore rispetto al **periodo pre-Coronavirus (+12%)**. Infine, dalle variazioni medie della categoria **Family & Lifestyle**, stabile rispetto alla settimana di aprile e ancora in crescita **rispetto ai valori standard pre-emergenza (+18%)**, risulta confermato il grande interesse degli utenti verso che i temi della salute e del benessere.

Il **ridimensionamento dell'incremento dei dati generali** rispetto al periodo pre-emergenza vede comunque variazioni elevate anche per i **dati Video degli editori iscritti alla rilevazione (+42,6% rispetto al periodo pre-emergenza*)**, a dimostrazione di un sostenuto interesse anche per questo tipo di formato, trainato particolarmente dall'interesse per contenuti di intrattenimento e tempo libero.

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.

*Le variazioni MEDIE della settimana dal 4 al 10 maggio sono ricavate dal rapporto tra i valori dell'audience degli editori iscritti nella settimana indicata e l'audience online della settimana media del periodo pre-emergenza (20/01 - 26/01; 27/01-02/02; 03/02-09/02; 10/02-16/02).

⁽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