

Al via Audiweb Objects Video, il sistema di rilevazione Audiweb che misura l'audience dei contenuti video online

*In base ai dati rilevati nel mese di maggio 2012, sono **6,3 milioni gli utenti** che hanno consumato almeno un contenuto video su uno dei siti degli editori iscritti*

Audiweb lancia **Audiweb Objects Video**, l'estensione del sistema di rilevazione che consente di misurare per la prima volta anche la **fruizione dei contenuti video** presenti su internet.

Con Audiweb Objects Video viene introdotta una **nuova metrica di misurazione**: la “**stream view**”, ovvero la fruizione effettiva di un video da parte di un utente attraverso un player, un dato che consente di determinare le opportunità di contatto/esposizione pubblicitaria (OTS) ai contenuti video. In questo modo Audiweb offre al mercato report puntuali e obiettivi sulla quantità dei video visualizzati (stream views), sul tempo speso in media e tutte le informazioni socio-demografiche sugli utenti utili per una migliore comprensione delle dinamiche di fruizione del mezzo e per la sua pianificazione.

La rilevazione, **realizzata in partnership con Nielsen**, è iniziata dal mese di gennaio 2012, e i dati sono disponibili da oggi su **Audiweb Database** (planning database) e su **Audiweb View** (report mensile) con le stime della fruizione da parte degli Italiani dai 2 anni in su che si collegano attraverso un computer da casa, ufficio o altri luoghi.

Audiweb Objects, basata sull'estensione della metodologia ibrida di Audiweb, prevede l'introduzione di uno speciale 'tag' (codice) nei contenuti, in grado di interagire con il meter dei componenti del panel. I dati vengono poi sottoposti agli stessi processi di fusione e ponderazione applicati a tutti gli altri dati di audience.

La metodologia Audiweb Objects, consentirà in futuro di misurare le audience e le OTS originate da applicativi e oggetti, come, ad esempio, le applicazioni flash e social e i siti sviluppati in HTML5 che non possono essere misurati attraverso la metrica delle “pagine viste”.

La rilevazione Audiweb Objects Video parte con la misurazione dei dati di audience dei **primi editori che hanno aderito** al servizio: **Gruppo Editoriale L'Espresso (La Repubblica TV), Il**

Sole 24 ore (De Agostini by Day e Sky), Rai, RCS (Corriere della Sera, Gazzetta dello Sport e Lei Web) ed è in corso la fase di verifica tecnica per l'ingresso nella rilevazione di numerosi altri brand editoriali.

Il lancio di Audiweb Objects Video si colloca in un momento di grande espansione del mercato del digital video advertising, stimato in crescita del 93% nel 2012 (fonte AssoComunicazione) e dell'interesse crescente da parte degli utenti verso le categorie di siti che contengono o propongono contenuti video, che in un anno registrano un aumento pari al 19% del tempo speso (fonte Audiweb by Nielsen, maggio 2012).

“La rete è per sua natura in continua evoluzione e i siti vengono sempre più realizzati con tecnologie non misurabili con la metrica delle “pagine viste”. A titolo di esempio ricordiamo i video player, l'HTML5, le applicazioni Flash e social.”, dichiara Enrico Gasperini, presidente di Audiweb. “Fin dalla prima fase del sistema Audiweb abbiamo sviluppato una metodologia ‘ibrida’ innovativa che è stata poi adottata anche in altri Paesi. Ora con Audiweb Objects Video estendiamo il sistema per offrire al mercato una ricerca che, per la prima volta, aggiunge nuove metriche più complete con cui misurare le audience. Il prossimo obiettivo sarà l'estensione della ricerca a nuove tipologie di applicazioni e agli schermi tablet e mobile”.

In base ai dati mensili Objects Video di maggio 2012, si registra un'audience di **6,3 milioni di utenti che hanno visualizzato almeno un contenuto video online** su uno dei siti degli editori iscritti al nuovo sistema di rilevazione (il 22,5% dell'audience online del mese), con un totale di 49,8 milioni di stream views (video fruiti nel mese) e una media di 30 minuti e 56 secondi di tempo speso per persona nella fruizione di contenuti video online.

Analizzando più in dettaglio i dati nel **giorno medio**, si registrano 1,6 milioni di stream views totali (video fruiti) della durata media di 3 minuti e 55 secondi, fruiti da **671 mila utenti che hanno dedicato alla visione dei contenuti video 9 minuti e 23 secondi** per persona nel giorno medio.

	Dati giorno medio				Dati mensili		
	Utenti video (.000)	Stream Views totali (.000)	Tempo speso (mm:ss)	Time/Stream	Utenti video (.000)	Stream Views totali (.000)	Tempo speso (mm:ss)
<i>Fonte: Audience nel mese da PC, maggio 2012. Individui 2+. Audiweb by Nielsen</i>							
All Media	671	1,606	09:23	03:55	6,308	49,797	30:56

La sintesi mensile del report Audiweb Database è disponibile sul sito www.audiweb.it per gli utenti registrati e in forma completa per tutti gli abbonati attraverso le principali aziende di elaborazione dati per la pianificazione pubblicitari

LEGENDA

Utenti video nel giorno medio (Video Reach Daily) = fruitori per almeno un secondo del mezzo (Video appartenente a Brand/Channel) nel giorno medio del periodo selezionato.

Utenti Video (Reach) = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione.

Stream Views = si intende con "stream" un flusso audio-video erogato via internet. Si intende con "Stream View" l'avvio della riproduzione del contenuto audio-video in conseguenza di una richiesta di un utente

Time / Stream = la durata media della stream view

Si prega di citare nella diffusione dei dati Audiweb elementi tecnici quali: la fonte, il nome del report, l'universo di riferimento e le date di rilevazione.

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 guidato dal Presidente Enrico Gasperini e 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 AssoComunicazione, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

Questi i riferimenti riservati alla stampa:

Hill & Knowlton - Tel. 02.319141

Anna Bellini -
anna.bellini@hillandknowlton.com

Michele Bon – Hill & Knowlton
michelebon@hillandknowlton.com

Audiweb - Tel. 02.58315141

Alberto Alloisio
alberto.alloisio@audiweb.it

Maria Giovanna Migliaro
mariagiovanna.migliaro@gmail.com