



Milano, 8 aprile 2008

## **Audiweb lancia il nuovo sistema integrato per la rilevazione dei dati sulla fruizione dei media online**

*La rivoluzionaria suite di servizi – realizzata in partnership con **Nielsen Online** – si fonda su tre pilastri principali: una **Ricerca di Base** per la definizione dell'universo degli utenti Internet curata da **Doxa**, un **Panel** meterizzato rappresentativo della navigazione da Casa e Ufficio e degli altri luoghi di accesso alla rete, e un **Sistema Browser Based** in grado di rilevare quotidianamente i dati censuari degli editori.*

*Il **Database**, che conterrà i dati elementari di navigazione del panel aggregati per fasce orarie giornaliere e ponderati considerando per la prima volta i dati censuari, verrà distribuito agli utenti e alle agenzie media **consentendo ogni tipo di pianificazione**.*

---

Dopo un periodo di studio e progettazione, **Audiweb** ([www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)), **Joint Industry Committee** guidata da **Enrico Gasperini** e partecipata da **Fedoweb**, **UPA** ed **Assap Servizi**, **entra nella fase operativa** lanciando da oggi un sistema integrato, completo e innovativo di rilevazione della fruizione dei mezzi online.

Il nuovo impianto di ricerca si fonda su **tre rilevazioni**:

- **Ricerca di base.** Ricerca quantitativa realizzata per mezzo di una serie di interviste su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni), effettuata mediante questionari strutturati con metodologia CAPI (*Computer Aided Personal Interview*) e finalizzata alla definizione dell'universo degli utenti Internet e alla descrizione delle loro caratteristiche in termini di profilo socio-demografico e attitudinale;
- **Sistema censuario.** Rilevazione oggettiva e completa di tutta l'attività di Internet sui siti censiti, tramite feedback tecnici verso i web server di sistemi **browser-based** di **terze parti** sottoposti a controlli da Audiweb;
- **Panel.** Rilevazione oggettiva della fruizione di Internet basata su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana online. L'oggettività viene garantita dal *software meter* che assicura l'automatizzazione della rilevazione dei comportamenti del campione Internet ed evita la necessità di affidarsi alle dichiarazioni di navigazione da parte degli utenti Internet.

A seguito della fase di acquisizione dati, il **Sistema Audiweb** fornisce un insieme di **report esaustivi, oggettivi e imparziali** che garantiscono una visione rivoluzionaria della fruizione dei mezzi operanti su Internet e sui sistemi online.

I servizi di *reporting* forniti sono:

- **AW Report** (disponibile da subito). **Report sintetico quotidiano** distribuito online nella giornata successiva alla rilevazione. Riporta i dati principali di audience degli editori iscritti ad Audiweb derivati dal sistema censuario (ad es. browser unici, pagine viste, visite, tempo medio per pagina, durata della visita, etc.).
- **AW Trends** (disponibile a breve). Report trimestrale distribuito online. Contiene i dati sintetici ed elementari della Ricerca di Base.
- **AW View** (disponibile da subito). Interfaccia che replica il servizio **Niesen Online NetView®** e che consente di visualizzare report sui dati di navigazione effettuati dagli utenti italiani da casa e dal luogo di lavoro sull'intera rete Internet, aggregati per mese.
- **AW Database** (disponibile a breve). File distribuito elettronicamente con cadenza mensile contenente i dati elementari quotidiani del panel costituiti dai *clickstream* dei singoli componenti del campione sui siti degli editori iscritti, integrati con la stima della navigazione da altri luoghi d'accesso (oltre casa e lavoro) e calibrati dei dati volumetrici provenienti dai dati censuari. Contiene inoltre i profili socio-demografici dei componenti del panel, la codifica dei siti e l'archivio delle rilevazioni quotidiane del sistema censuario.

*“Il nuovo sistema è frutto di un anno di lavoro da parte di un team di eccellenza che si è confrontato con le principali esperienze internazionali. Le innovazioni sono tante: da un'importante ricerca di base fruibile online, alla rilevazione quotidiana, ad un panel potenziato, alla realizzazione del database per la pianificazione con una nuova metodologia. In uno scenario in cui si registra un grado di penetrazione sempre più elevato di Internet presso le famiglie italiane, a fronte di investimenti ancora relativamente modesti, Audiweb consentirà finalmente al mercato di poter disporre dei dati e degli strumenti necessari per utilizzare al meglio un mezzo di cui non si possono sfruttare ancora tutte le potenzialità e di colmare rapidamente il gap che ancora ci separa da altri paesi europei”* dichiara **Enrico Gasperini**, Presidente di Audiweb.

Audiweb distribuisce le proprie informazioni in un **database** fino al **dato elementare del panel** per garantirne una larga diffusione. In tale modo si rende possibile, per un sottoscrittore, qualsiasi tipo di analisi, usando software applicativi per la costruzione, valutazione e ottimizzazione di piani media realizzati eventualmente da operatori specializzati.

*“L'elaborazione di AW Database verrà realizzata con una nuova metodologia che costituisce un'assoluta novità nel contesto europeo ed internazionale”* - afferma **Massimiliano Iannicelli**, Coordinatore del Comitato Tecnico di Audiweb - *“I dati elementari dei componenti del panel 'Casa e Lavoro' verranno sottoposti a merge con una nuova tecnica di Data Fusion e verranno integrati i dati da 'Altri Luoghi di Navigazione'. Inoltre, verrà effettuata per la prima volta una ponderazione del panel sia sulla base dei dati derivanti dalla Ricerca di Base, che sui Dati Censuari, utilizzati per confrontare i dati quantitativi di navigazione sulle singole fasce orarie”*.

I servizi verranno erogati alle diverse categorie di utilizzatori, tra cui **Publisher iscritti** - editori, concessionarie o aggregatori che richiedano la rilevazione e la pubblicazione dei dati analitici di navigazione e di audience dei propri siti; e **Utilizzatori professionali** - **agenzie pubblicitarie** o web e **agenzie media**; ma anche **aziende investitrici**, **società di consulenza** e **operatori dell'informazione**.

Ogni categoria delle aziende richiedenti da oggi può avere accesso a tutti i servizi e dati relativi, con un sistema di costi differenti. Per i **Publisher iscritti** i costi di sottoscrizione saranno proporzionali alla propria audience e per le **agenzie media** al fatturato pubblicitario online annuale gestito dal richiedente per conto dei suoi clienti.

Hanno già aderito al sistema: **Class Pubblicità (Gruppo Class Editori)**, **Elemedia (Gruppo Espresso)**, **Il Sole 24 Ore**, **Matrix (Gruppo Telecom Italia)**, **Publitalia 80 (Gruppo Mediaset)**, **Rainet (Gruppo RAI)**, **RCS Digital (Gruppo RCS)**, **Seat Pagine Gialle**, **Tiscali Italia** e **Wind Telecomunicazioni**.

La suite dei servizi sarà realizzata con **Nielsen Online**, **partner statistico e tecnologico** per le rilevazioni panel e i relativi servizi di elaborazione. Le due aziende collaboreranno per lo sviluppo e la commercializzazione dei servizi e, in particolare, Nielsen Online fornirà ad Audiweb i **servizi di gestione del panel**, i servizi **NetView®**, la codifica e i servizi **MarketView®**, e l'elaborazione di AW Database.

*“Riteniamo che lo sviluppo di questo strumento sia un'operazione di grande importanza perché in sintonia con la maturazione del mercato Internet e dell'advertising online in Italia e in Europa” - commenta **Luca Bordin**, Managing Director Italy di Nielsen Online. “In tutti i principali mercati europei si stanno infatti registrando forti spinte alla realizzazione di database per il planning online e in Francia è già presente una soluzione che Nielsen Online ha realizzato in Joint Venture con MediaMetric. Nielsen Online, grazie alla propria grande esperienza nella rilevazione del media Internet, è oggi in grado di offrire ad Audiweb una soluzione unica nel mercato mondiale, la cui sofisticazione riconferma la leadership di Nielsen in questo settore e posiziona Audiweb come un organismo trainante nell'offrire soluzioni all'avanguardia per lo sviluppo dell'advertising online”.*

L'incarico per la Ricerca di Base è stato affidato a **Doxa**, la consulenza scientifica a **Giovanni Rampi** di **Memis**, le attività di auditing e certificazione dei sistemi censuari a **PricewaterhouseCoopers**, le operazioni tecnologiche a **Tomato**, la consulenza legale a **Giangiaco Olivi** di **DLA Paper**. La metodologia adottata è mutuata dagli standard internazionali di **IAB**, al quale Audiweb ha aderito nel corso del 2007.

Per maggiori informazioni visitare il sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it)

---

#### **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 su ogni altra rete o sistema online utilizzando opportuni strumenti di rilevazione.

Audiweb è una **Joint Industry Committee** che vede la partecipazione di 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 riferimenti sono riservati esclusivamente alla stampa

Audiweb  
Alberto Alloisio  
Tel. 0258315141  
[alberto.alloisio@audiweb.it](mailto:alberto.alloisio@audiweb.it)

Hill & Knowlton  
Luciano Majelli  
Tel. 02 31914285  
[lmajelli@hillandknowlton.com](mailto:lmajelli@hillandknowlton.com)