

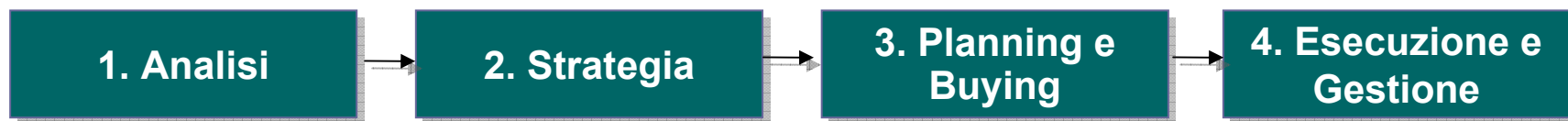
Audiweb completa il nuovo sistema integrato per
la rilevazione dei dati sulla fruizione dei media
online con AW Database e la Ricerca di Base

Enrico Gasperini - Presidente

Milano, 1 dicembre 2008

Il ruolo di Audiweb

- Audiweb, Joint Industry Committee partecipato da Fedoweb, UPA ed Assap Servizi (Assocomunicazione), è il soggetto realizzatore e distributore dei dati sulle audience online.
- Fornisce una piattaforma integrata di rilevazione orientata alle pianificazioni delle aziende, delle agenzie e delle centrali media, con le informazioni indispensabili nella definizione e gestione di ogni fase delle campagne online



Audiweb si avvale della partnership con **Nielsen Online** e della collaborazione di:

- **Memis** - per la consulenza scientifica
- **Doxa** - per l'esecuzione della Ricerca di Base
- **PricewaterhouseCoopers** - per la certificazione dei flussi di dati
- **Tomato** - per le tecnologie

Il nuovo impianto di ricerca

- Il nuovo impianto di ricerca - realizzato in partnership con Nielsen Online - si fonda su tre rilevazioni, che forniscono un set di report esaustivi, oggettivi e imparziali garantendo una visione completa della fruizione dei mezzi operanti su Internet e sui sistemi online.

Ricerca di base

Ricerca quantitativa realizzata attraverso una serie di interviste su un campione della popolazione italiana residente.

Obiettivo: definire l'universo degli utenti Internet descrivendone il profilo socio-demografico e attitudinale

Panel

Rilevazione oggettiva della fruizione di Internet effettuata attraverso un software meter, basata su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana online.

Dal mese di ottobre il campione ha raggiunto la dimensione di circa 20.000 panelisti, con reclutamento misto probabilistico e online, così da rilevare anche la long tail di siti medio-piccoli

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

I report

AW Report

Report sintetico quotidiano dei dati censuari complessivi distribuito nella giornata successiva alla rilevazione

AW View

Report mensile sui dati di navigazione da panel dell'intera Internet

AW Trends

Report trimestrale con i dati sintetici ed elementari della Ricerca di Base

AW Database

Planning Database distribuito elettronicamente con cadenza mensile

Le innovazioni di Audiweb

- **Aprile 2008.** Fornisce per primo i dati quotidiani censuari certificati
- **Maggio 2008.** Consente per primo l'accreditamento di Network e Custom property e la loro rappresentazione
- **Ottobre 2008.** Misura per primo gli accessi non solo da Casa e Lavoro ma da altri luoghi

Le novità di oggi: prima versione di AW Database

- **AW Database - Viene distribuita la prima versione del planning database contenente i dati elementari quotidiani della navigazione dei singoli componenti del campione da casa, ufficio e luoghi pubblici d'accesso sui siti degli editori iscritti.**
- **Il database riporta i profili socio-demografici dei componenti del panel e la codifica gerarchica e per categorie di siti e canali. In tale modo si rende possibile qualsiasi tipo di analisi, costruzione e ottimizzazione di piani media.**
- **La prima versione viene rilasciata con i dati di settembre con finalità di test. La distribuzione entrerà a regime con i dati di audience di ottobre. La data di rilascio sarà progressivamente migliorata in modo da garantire entro la fine di ogni mese la disponibilità per il mese precedente**

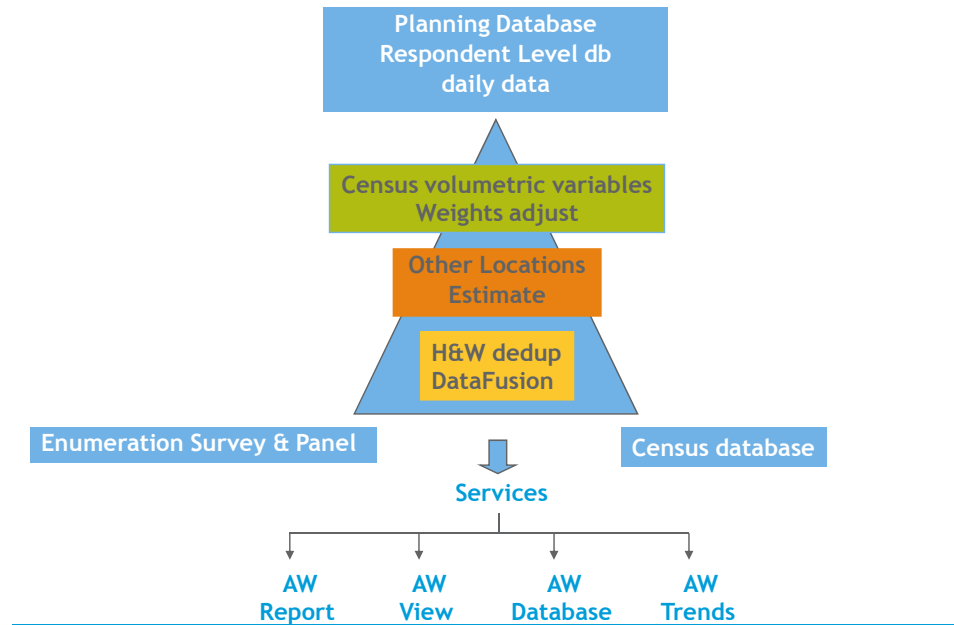
Le novità di oggi: la Ricerca di Base e i report

- **AW Trends** - Viene pubblicato il report con i **risultati dei primi tre cicli della Ricerca Di Base Audiweb**, curata da **Doxa**. La ricerca fornisce la stima dell'Universo dei navigatori per la corretta ponderazione dei dati panel
- **AW View** - Il servizio basato su **Nielsen Online NetView®**, che consente di visualizzare i dati di audience mensili di tutti i siti e le applicazioni web, recepisce dai dati del mese di ottobre la stima dell'Universo dei navigatori della Ricerca di Base Audiweb
- **AW Report** - Il sistema che visualizza quotidianamente i dati censuari complessivi di navigazione dei siti web iscritti, rinnova da oggi la sua interfaccia di navigazione. Il report è disponibile per il pubblico sul sito di Audiweb

AW Database

- **AW Database si posiziona come il nuovo elemento di riferimento per la pianificazione pubblicitaria online, destinato a centri media, utenti e concessionarie per sviluppare piani media Internet su tutti i siti web degli editori.**
- **Il planning database è il prodotto di competenze specifiche nel nostro settore di riferimento che Audiweb è riuscita a sintetizzare nel proprio progetto ed è in grado di offrire un dato che utilizza al meglio le metodologie di rilevazione attualmente disponibili sul mercato digitale:**
 - **Data Fusion**, con la quale si ricostruisce la navigazione totale degli individui (sia da casa che da lavoro) a partire dai dati forniti dai due panel Home e Work, con la metodologia del “gemellaggio” tra panelisti Home e Work con caratteristiche “simili”.
 - **L’ Estensione/Clonazione per “Altri Luoghi di navigazione”** consente di aggiungere i contributi di navigazione effettuati da luoghi diversi da casa o lavoro (es. Università, Scuole, Internet Cafè, ecc.).
 - **La ponderazione censuaria**

La ponderazione censuaria



- **La ponderazione censuaria**, realizzata per la prima volta, permette, mediante il confronto tra le pagine viste da panel e le pagine viste da censuario, opportunamente calcolate al netto degli accessi da device diversi dal pc e dall'estero, di riponderare correttamente su base giorno/fascia oraria i pesi dei panelisti per garantire un risultato più rispondente alla reale navigazione dell'universo Internet italiano

La distribuzione

- Il database di pianificazione è messo a disposizione delle Software House autorizzate per le elaborazioni necessarie alla pianificazione del mezzo e alla pianificazione cross-media.
- Per ogni panelista, con il suo profilo socio-demografico, e per ogni sito/canale iscritto ad Audiweb saranno disponibili, per ogni giorno e per ciascuna delle 8 fasce orarie previste, le pagine viste ed il tempo speso.
- Tali informazioni sono elaborabili dai tool di pianificazione per ottenere le informazioni di consumo sui target specifici per ciascuna delle componenti dell'offerta (siti/canali) e fornire quindi un'adeguata vista informativa in ottica di pianificazione pubblicitaria.

Gli editori online presenti nel database sono 80, i brand 179

Custom Property / Network	Parent	Brand
	105 Network	Radio 105
		Radio Montecarlo
		Radio Montecarlo 2
		Radio Virgin
		Radio105 Classics
		United Music
	AGI	AGI On Line
	Altalex	Altalex
	Caval Service Group	Infomotori
		QuattroMania
		Vera Classe
	Class Editori	Class Editori
	Editoriale Domus/Quattroruote	Editoriale Domus/Quattroruote
	Groupe Lagardere	Auto News
		Elle IT
		Gente Viaggi
		Gioia
		Marie Claire IT
		Psychologies
		Riders
	ITMedia	La 7
	Kataweb Network	AllMusic.tv
		Kataweb
		La Repubblica
		L'Espresso
		M2o
		Quotidiani Espresso
		Radio Capital
		Radio DeeJay
	Mediaset	Mediaset.it
	Microsoft	MSN/Windows Live

Custom Property / Network	Parent	Brand
	Music Box	Music Box
	Rai	Rai
	RCS MediaGroup	Atcasa
		Corriere della Sera
		Educazione&Scuola
		FUEPS
		La Gazzetta dello Sport
		RCS Periodici
	Schibsted	Secondamano
	Seat Pagine Gialle	Consodata
		Kompass International
		SeatPG Directories Online
	SPALM	venditori.it
		cercoagenti.it
		videovenditori.it
		venditorinews.it
		enasarco.net
	Sportnetwork	Corriere dello Sport
		TuttoSport
	Telecom Italia	Virgilio
	Torino Musica Notizie	Radio Torino International
	Varese Web	Varese News
	Wind Telecomunicazioni	Libero
Il sole 24 ORE WebSystem	Blogsfere.it	Blogsfere.it
	Edizioni Master	VideoGame.it
	FastWeb	FastWeb
	Guida Monaci	Guida Monaci

Custom Property / Network	Parent	Brand	
Il sole 24 ORE WebSystem	ItaliaNews – Ilsole24ore	Dietaclub	
		Il Giorno	
		Il Resto del Carlino	
		Il Secolo XIX	
		Il Sole 24 ORE	
		Il Tempo	
		ItaliaNews	
		La Nazione	
		Quotidiano.net	
		Radio 24	
		UnioneSarda	
		Nexta Media	Film.it
			Sport.it
			Stile.it
			rockol.it
			Meteo.it
			datasport.it
	TicketOne		
Mondadori	3B METEO Mondadori	3B Meteo	
		BOL - Books On Line	
		Cosmopolitan.it	
		Donna Moderna	
		Focus	
		Grazia-Blog	
		Mens Health	
		MyTech	
		Panorama	
		PC Professionale	
		Radio R 101	
		Sorrisi e Canzoni TV	
		Starbene	
		The Endurance International Group	Hypermart
		Brown Editore	Finanza.com
			finanzaonline.com

Custom Property / Network	Parent	Brand
Oneitalia Network	One Italia	Leonardo.it
Pixel CB Network	Associazione Culturale Goodwill	Dietaround
	Banzai	alterVISTA
		Bloo IT
		Cookaround
		efo.it
		eprice.it
		Film.tv.it
		Filmzone.it
		Giovani.it
		Girlpower.it
		Liquida
		MegaBlog.it
		Musiczone.it
		Overskill
		Pianeta Mamma
		ProDigi
		Saldiprivati.com
		Saperinvestire.it
		Save the date.it
		Sitonline
		SoldiOnline.it
		Sportlive
		Studenti.it
		StudentiMediaGroup
		Zingarate.com
	Bimbi.it	Bimbi.it
	CookyNet	Buonissimo
	Digital Sat	digital-sat.it
	FantacalcioService	fantacalcioservice.it
	Fantamagic.it	Fantamagic.it
	Fantatornei.com	Fantatornei.com

Custom Property / Network	Parent	Brand	
Pixel CB Network	Fineuro Multimedia	Trend-online.com	
	GameStorm	Gamestorm.it	
	Gut Edizioni	Smemoranda Online	
	Impulse Interactive	telefonino.net	
	ItaliaMac.it	Italiamac.it	
	JOP	filastrocche.it	
	Matematicamente.it	matematicamente.it	
	Medicitalia & Multimed	Medicitalia.it	
	Nexta Media	Divertimento.it	
	Punto.it	Tesionline.it	
	Sanihelp.it	Sanihelp.it	
	SGS media	Helplavoro.it	
	StudentVille.it	Studentville.it	
	Sulake Labs	Habbo	
	Xdownload.it	Xdownload.it	
	Publikompass	Domenico Sanfilippo Editore	LaSicilia.it
		Edisud	La Gazzetta del Mezzogiorno
Gruppo FIAT		Editrice La Stampa	
Sicilia On Line		Sicilia On Line	
Società Editrice Siciliana		Gazzetta del Sud	
tg adv	Amando.it	Amando.it	
	AutoElaborate.com	AutoElaborate.com	
	GAY.tv	GAY.tv	
	Goal.com	Goal.com	
	Menpress	Menchic	
	Mondointasca.org	Mondointasca.org	
	Nanopress	Buttalapasta.it	
	Puntocellulare.it	Puntocellulare.it	
	TeamWorld.it	TeamWorld.it	

Custom Property / Network	Parent	Brand
tg adv	Tuttogratis	Alla Guida
		BellezzeVIP
		Derapate
		DonnaClick
		Gaywave.it
		Haisentito
		Mr. Tones
		Music Room
		Regalo Regali
		Stylosophy
		Suipedali
		Tantasalute.it
		Tecnocino
		Tecnozoom
		Televisionando
		Trackback
		Tshot
		Tuttogratis
		Viva Cinema
		Voiganto
Vostri Soldi		
Tiscali Adv	TuttoUomini	Tuttouomini.it
	Ansa	ANSA
	GoAdvertising	Excite Europe
	ilMeteo	ilmeteo.it
	Tiscali	Tiscali

AW Trends

La Ricerca di Base Audiweb

Sintesi dei risultati

Milano, 1 dicembre 2008

La Ricerca di Base

- La Ricerca di Base sul consumo digitale degli italiani è una **ricerca quantitativa** realizzata in collaborazione con **DOXA**. E' finalizzata alla **definizione dell'universo degli utenti Internet e alla descrizione del profilo socio-demografico**. E' anche fondamentale per l'**espansione statistica del dato** sull'utilizzo di internet rilevato attraverso il panel
- È realizzata per mezzo di **7.200 interviste face to face** suddivise in **4 cicli trimestrali** di circa 1.800 casi ciascuno, su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni)
- **Estende l'analisi all'accesso a internet da "altri luoghi"** (computer da luogo di studio, computer da altri luoghi) e approfondisce il profilo degli utenti che accedono a internet da smartphone/cellulare/PDA
- Per ogni ciclo, Audiweb rilascia un report trimestrale (**AW Trends**) con i dati sintetici ed elementari della Ricerca di Base

Note Metodologiche

Universo di riferimento e campione

- La collettività a cui si fa riferimento è costituita dalla **popolazione italiana adulta**, così definita: *tutti i cittadini italiani di ambo i sessi, di età compresa fra gli 11 e i 74 anni compiuti che risiedono nell'intero territorio nazionale* (pari a 47.460.000 individui - Fonte: ISTAT aggiornamento dati censuari al 31/12/2006).
- Il campione teorico annuale 2008 è costituito da **7.200** interviste suddivise in quattro cicli trimestrali di circa **1.800** casi ciascuno:

1^ ciclo: dal 24/04/08 al 18/05/08	2^ ciclo: dal 12/05/08 al 23/06/08
3^ ciclo: dal 25/08/08 al 21/09/08	4^ ciclo: dal 03/11/08 al 30/11/08

Metodo di rilevazione

- Interviste individuali “face to face” a domicilio con tecnica CAPI di raccolta dei dati

Nel presente report sono descritti i risultati cumulati dei primi 3 cicli,
basati su 5.443 interviste

I RISULTATI

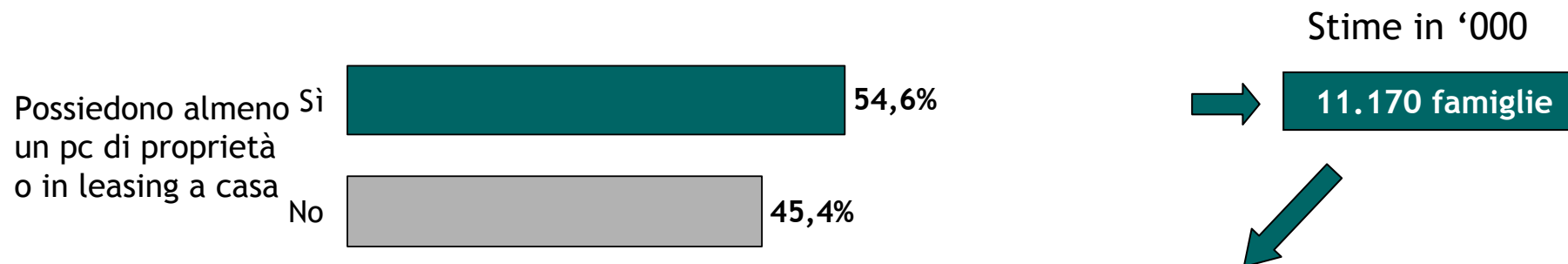
FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI:

POSSESSO PC E ACCESSO AD INTERNET

Possesso di pc di proprietà o in leasing a casa

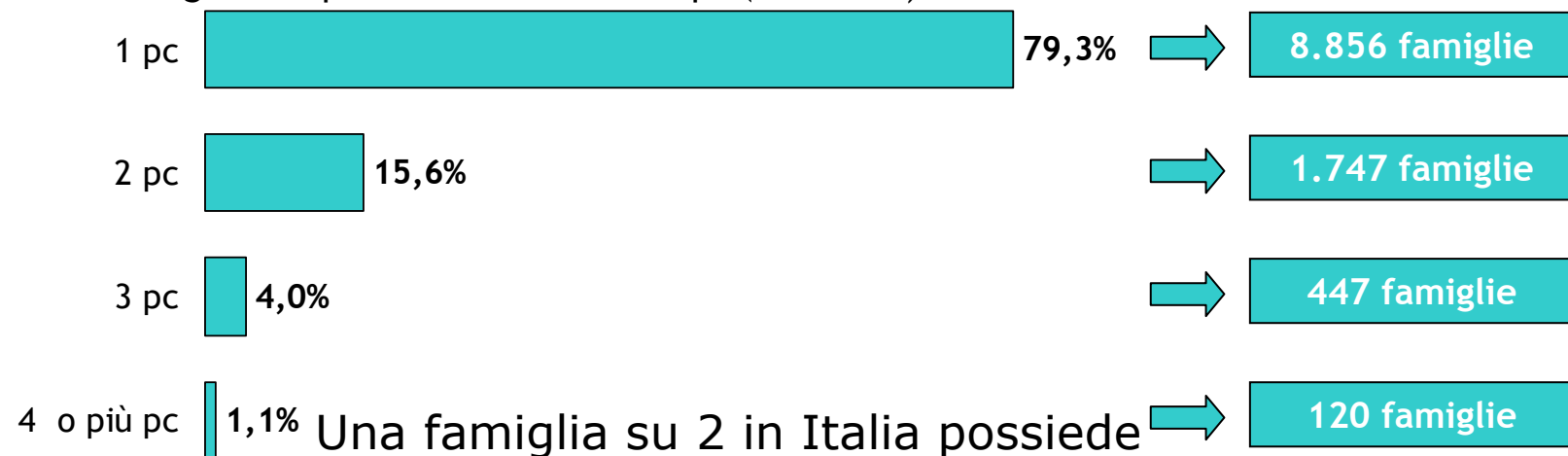
Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442) - Valori % e Stime in '000

(A1-A2)



Numero di pc di proprietà o in leasing posseduti

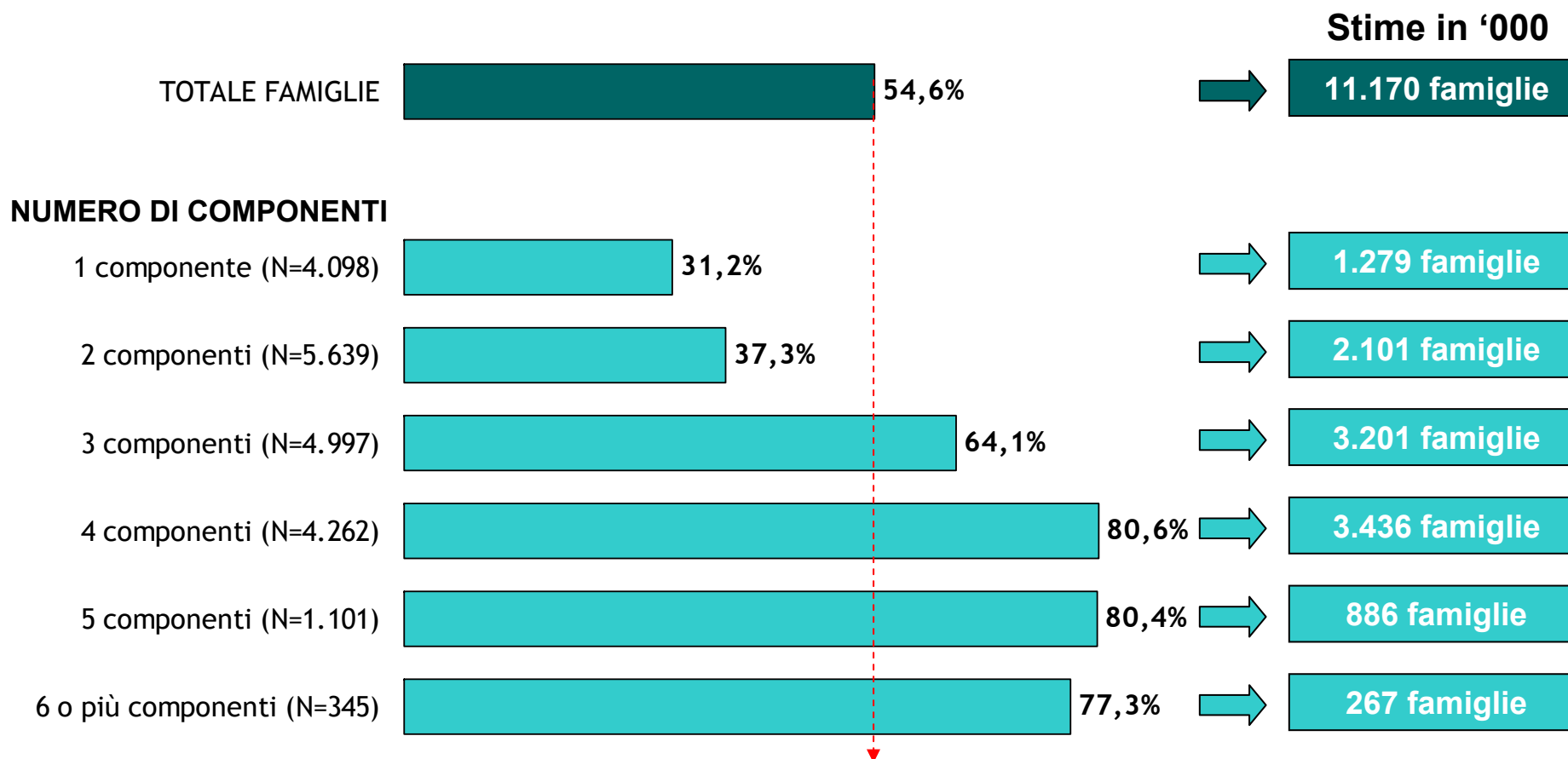
Base: famiglie che possiedono almeno un pc (N=11.170)



Una famiglia su 2 in Italia possiede un PC e potrebbe rappresentare un potenziale utente internet

Profilo delle famiglie che possiedono pc di proprietà o in leasing a casa

(A1) Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442) - Valori % e Stime in '000

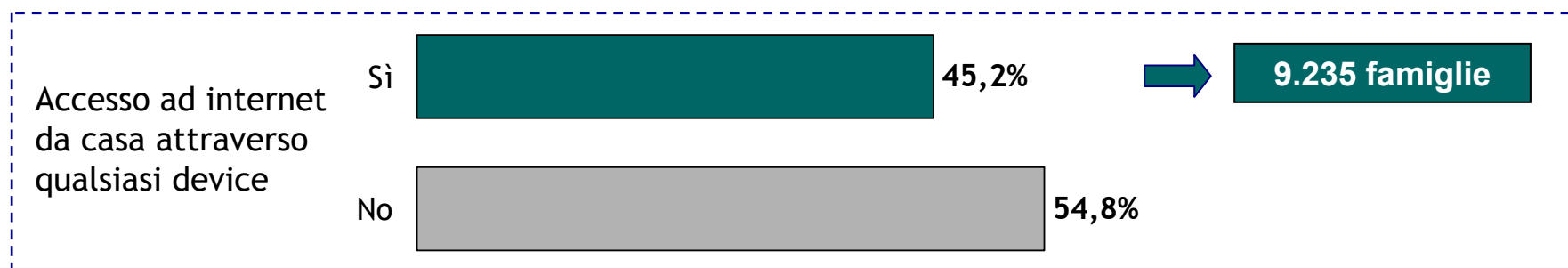
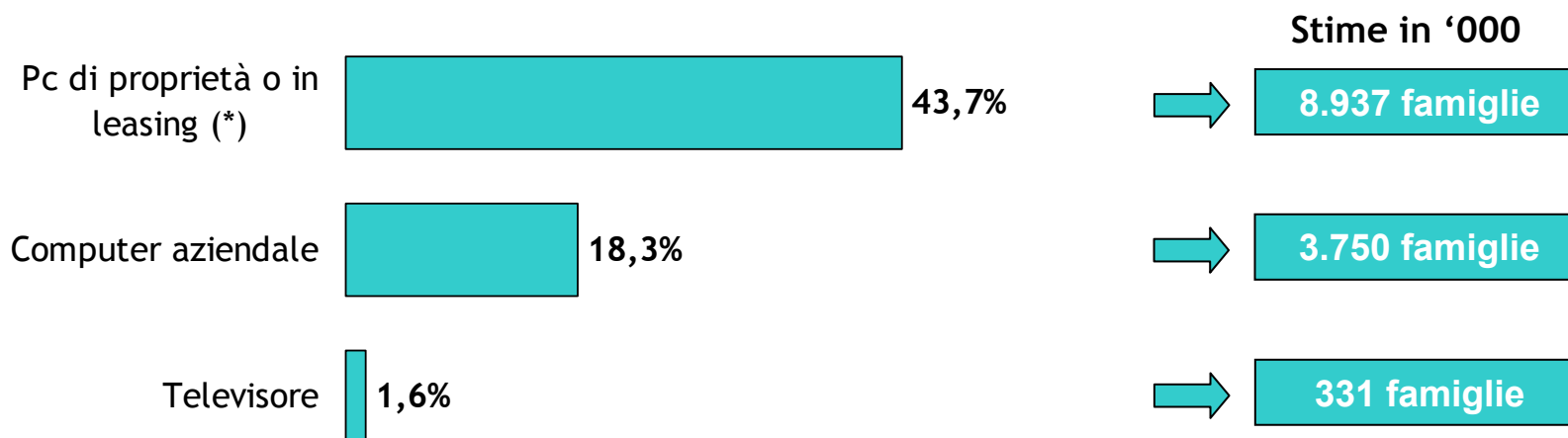


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che possiede almeno un pc di proprietà o in leasing a casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Accesso ad internet da casa: device

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442) - Valori % e Stime in '000

(A3-A3.bis)

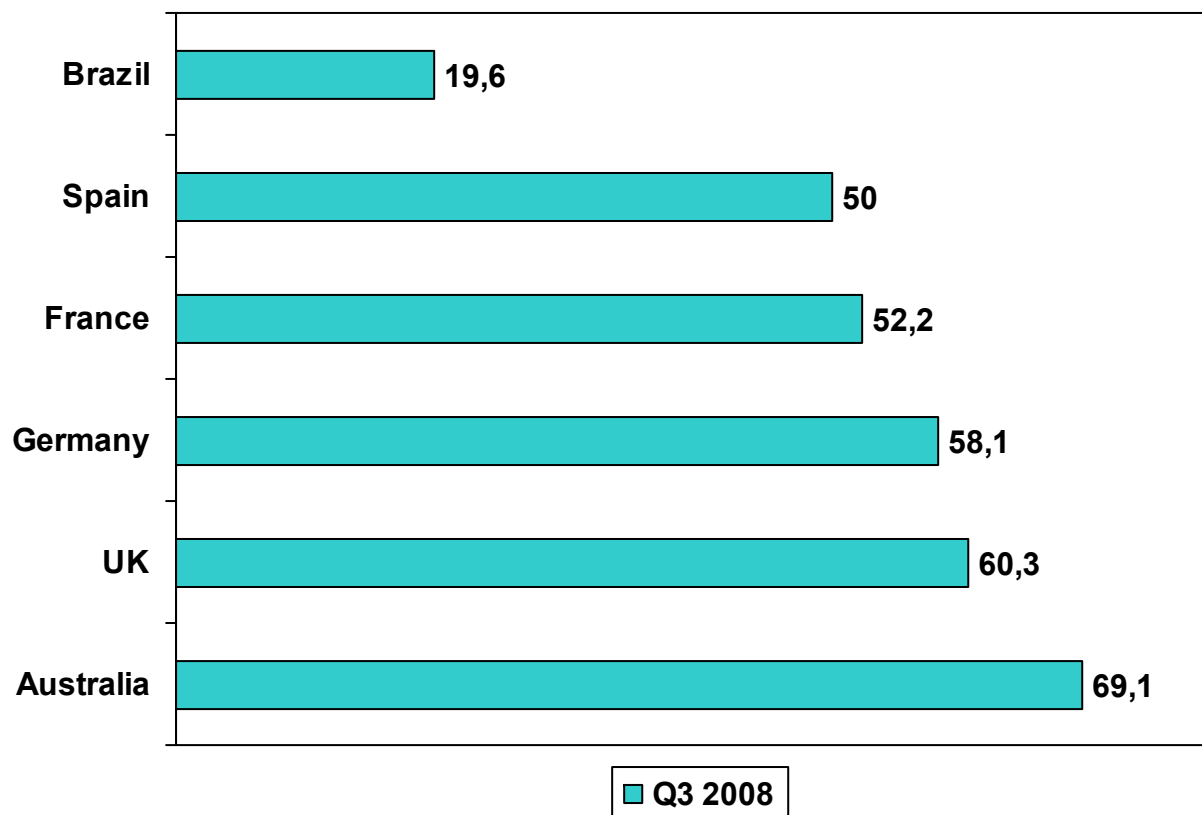


(*) Mediamente 1,24 pc con accesso ad internet per famiglia.

Altri paesi: % famiglie con Accesso a internet da casa con PC

Base dati GNETT Q3: % Total Households with Internet Access Via Home PC - Among all households -

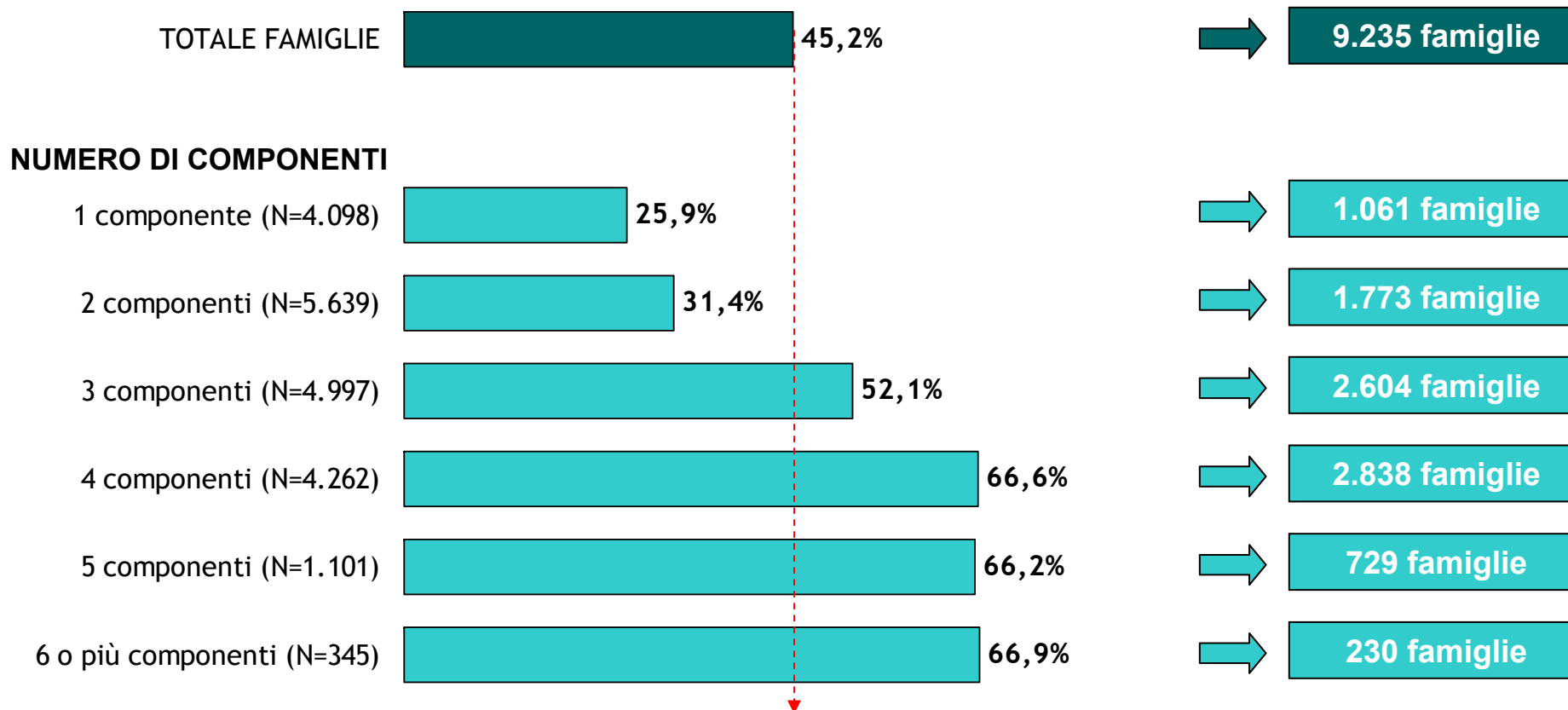
Valori in %



Profilo delle famiglie che hanno accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device

(A3)

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (N=20.442) - Valori % e Stime in '000
Stime in '000

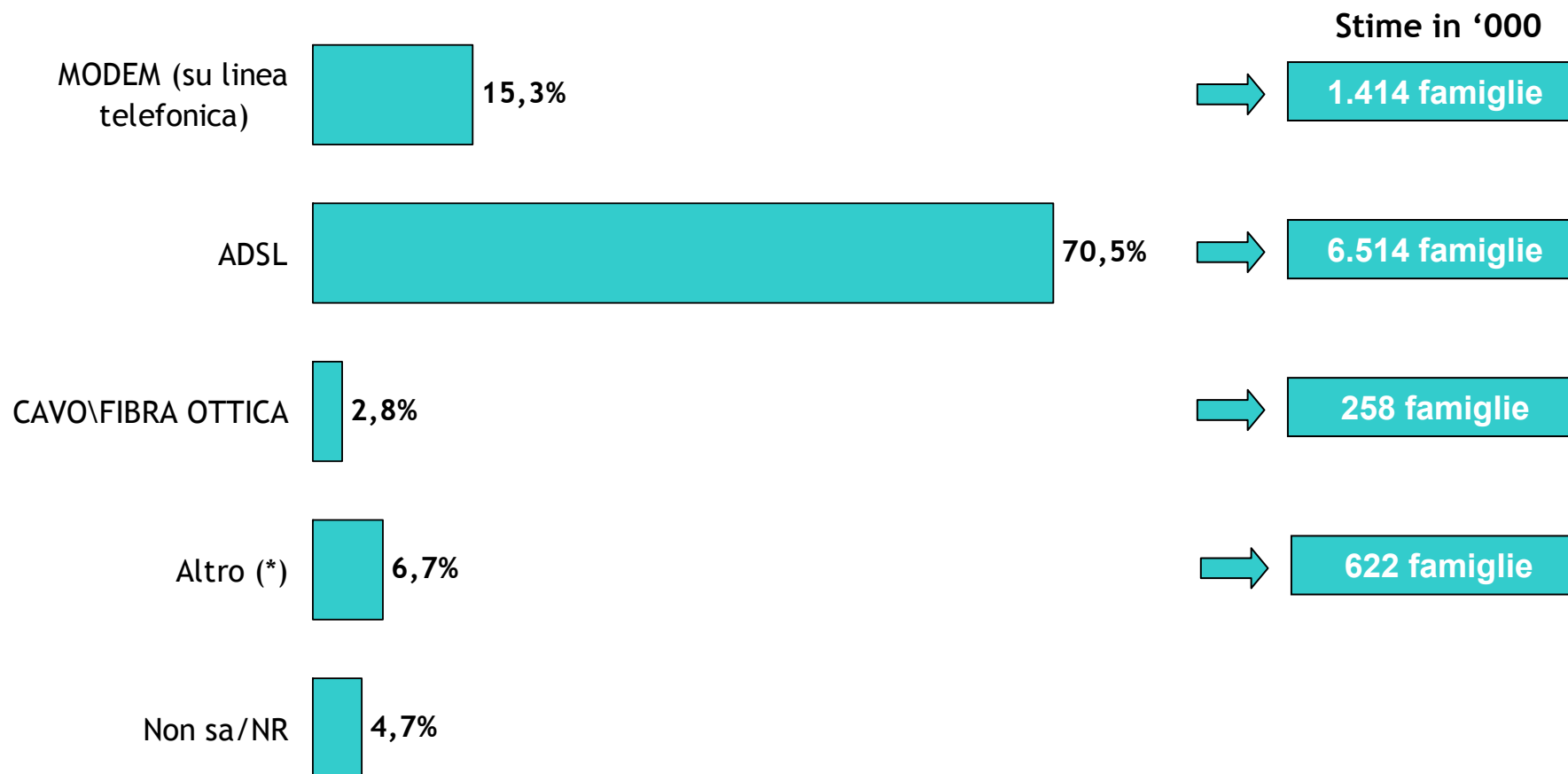


Il grafico rappresenta la quota di famiglie che ha accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative alle diverse numerosità delle famiglie, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Principale tipologia di connessione ad internet disponibile da casa

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device (N=9.235) - Valori % e Stime in '000

(A4)

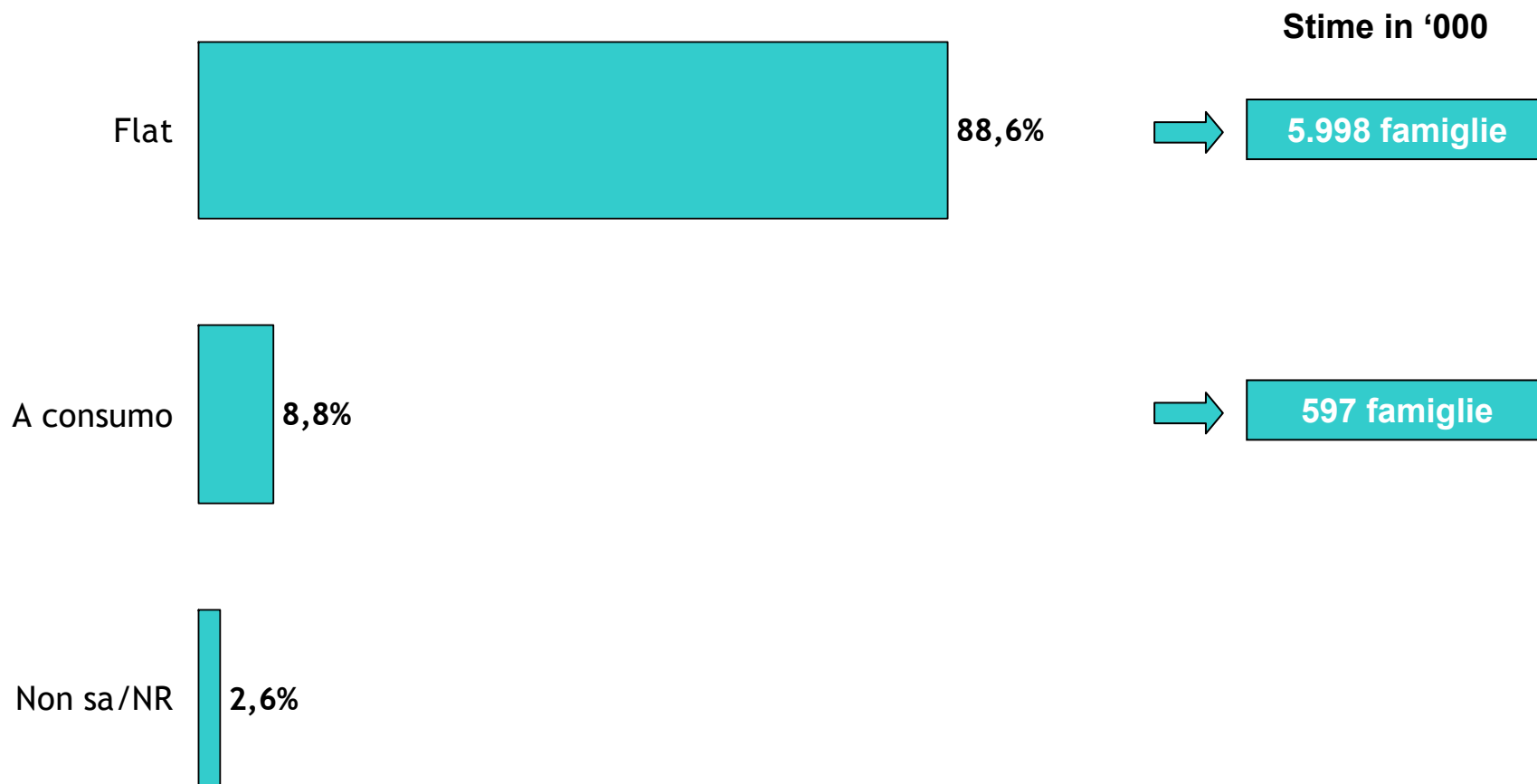


(*) La modalità "altro" include anche "GPRS" e "UMTS" via pc-scheda

Tipo di abbonamento sottoscritto

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni che hanno accesso ad internet da casa attraverso ADSL o cavo/fibra ottica (N=6.772) - Valori % e Stime in '000

(A4)

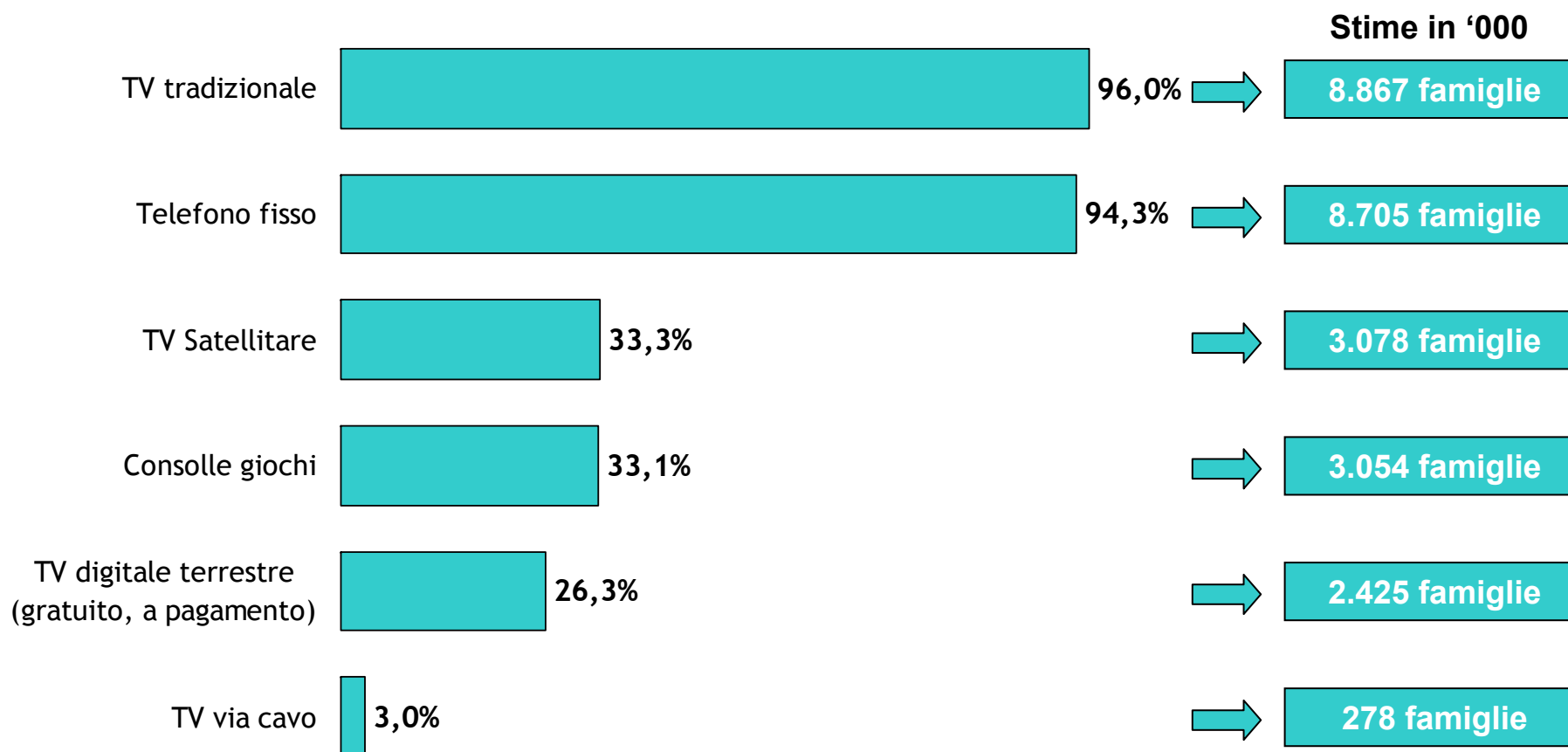


*FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE FINO A 74 ANNI:
DOTAZIONI TECNOLOGICHE DELL'ABITAZIONE*

Dotazioni tecnologiche dell'abitazione

Base: totale famiglie con almeno un componente fino a 74 anni con accesso ad internet da casa attraverso qualsiasi device (N=9.235) - Valori % e Stime in '000

(B1)

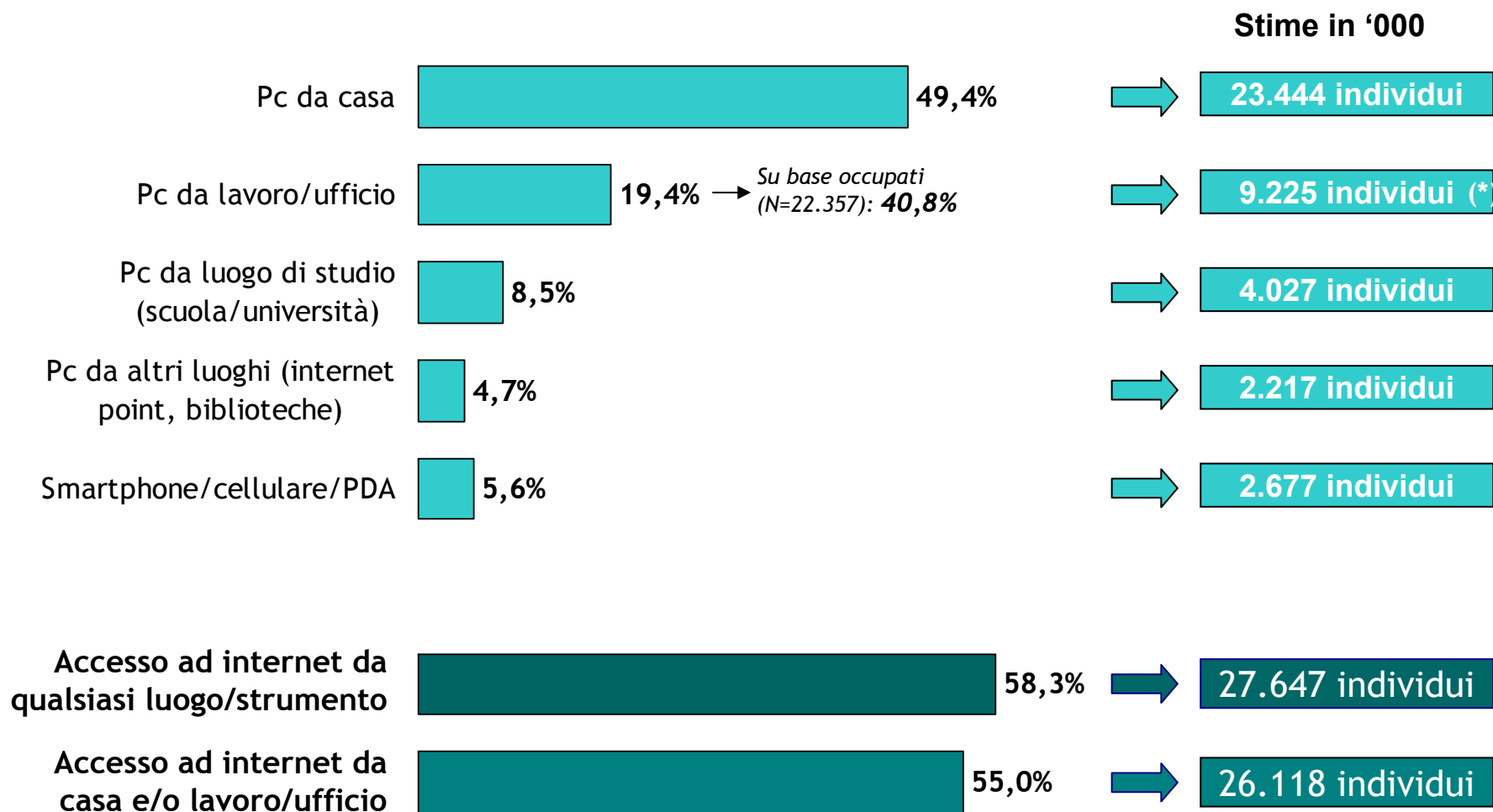


*INDIVIDUI 11-74 ANNI:
ACCESSO E UTILIZZO DI INTERNET*

Accesso ad internet: luoghi e strumenti

(C0)

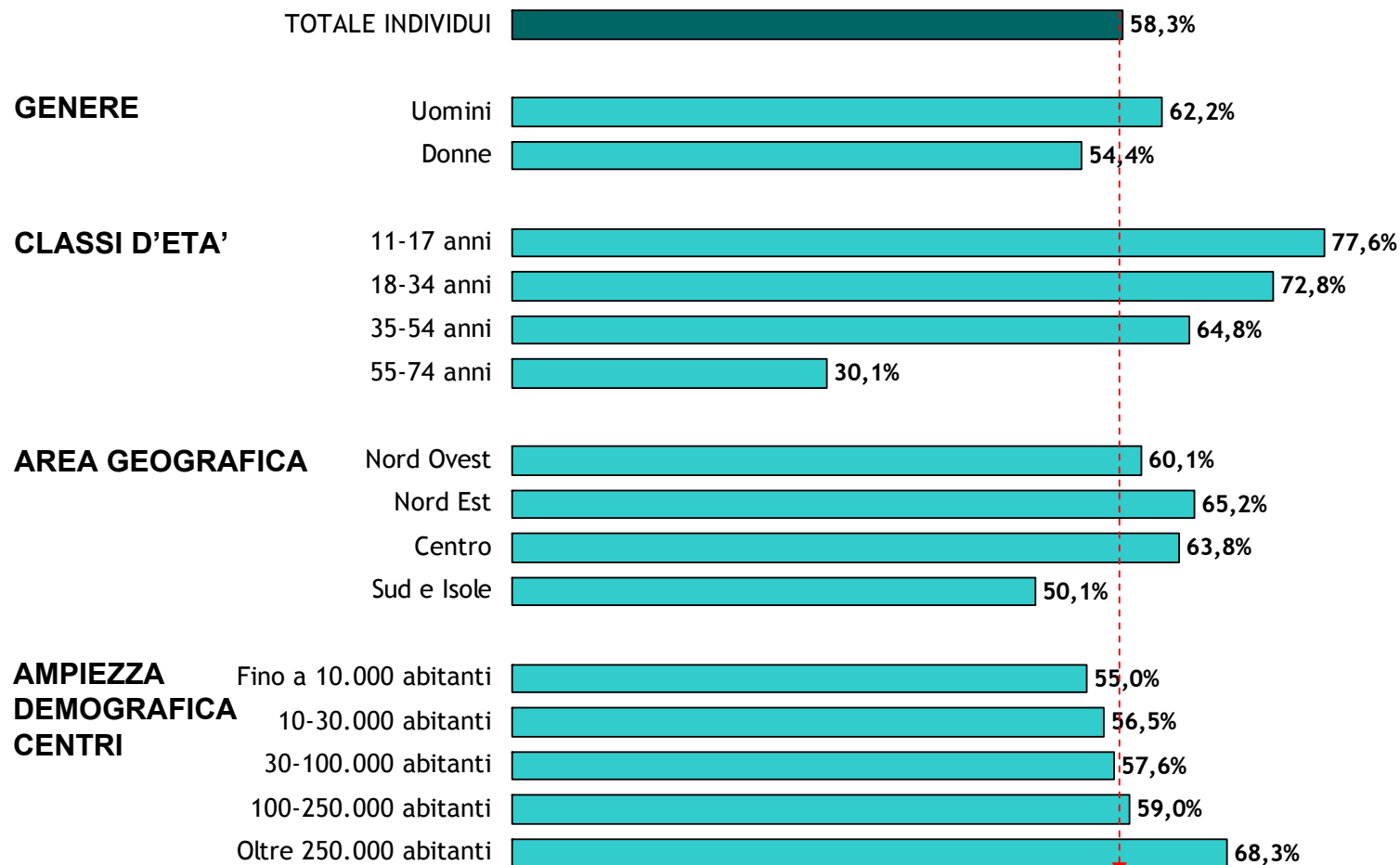
Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460) - Valori % e Stime in '000



(*) Il dato include anche una quota minima (1,2%) di non occupati, es. pensionati che continuano a svolgere un'attività lavorativa.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento - Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

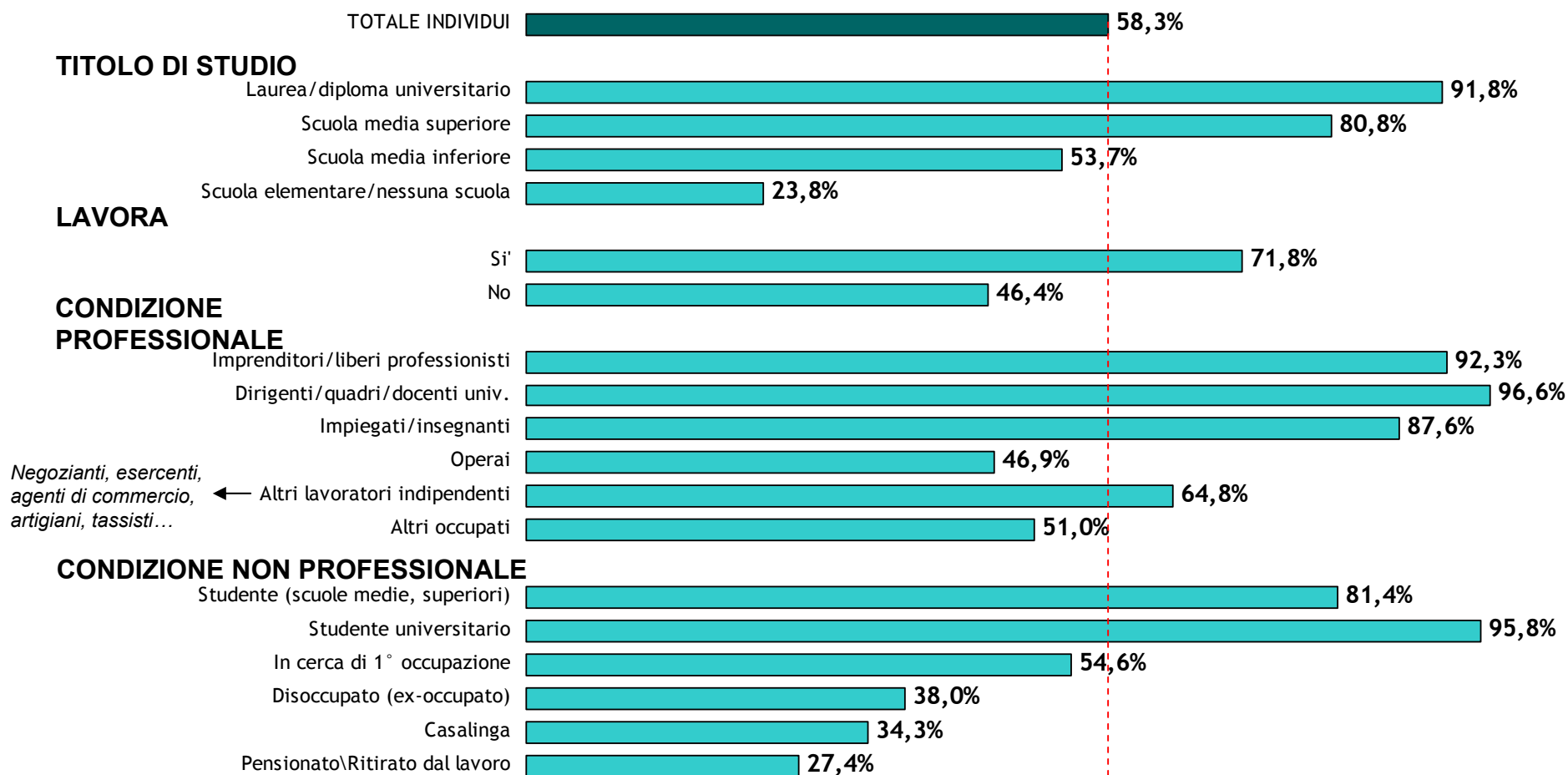
(C0)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

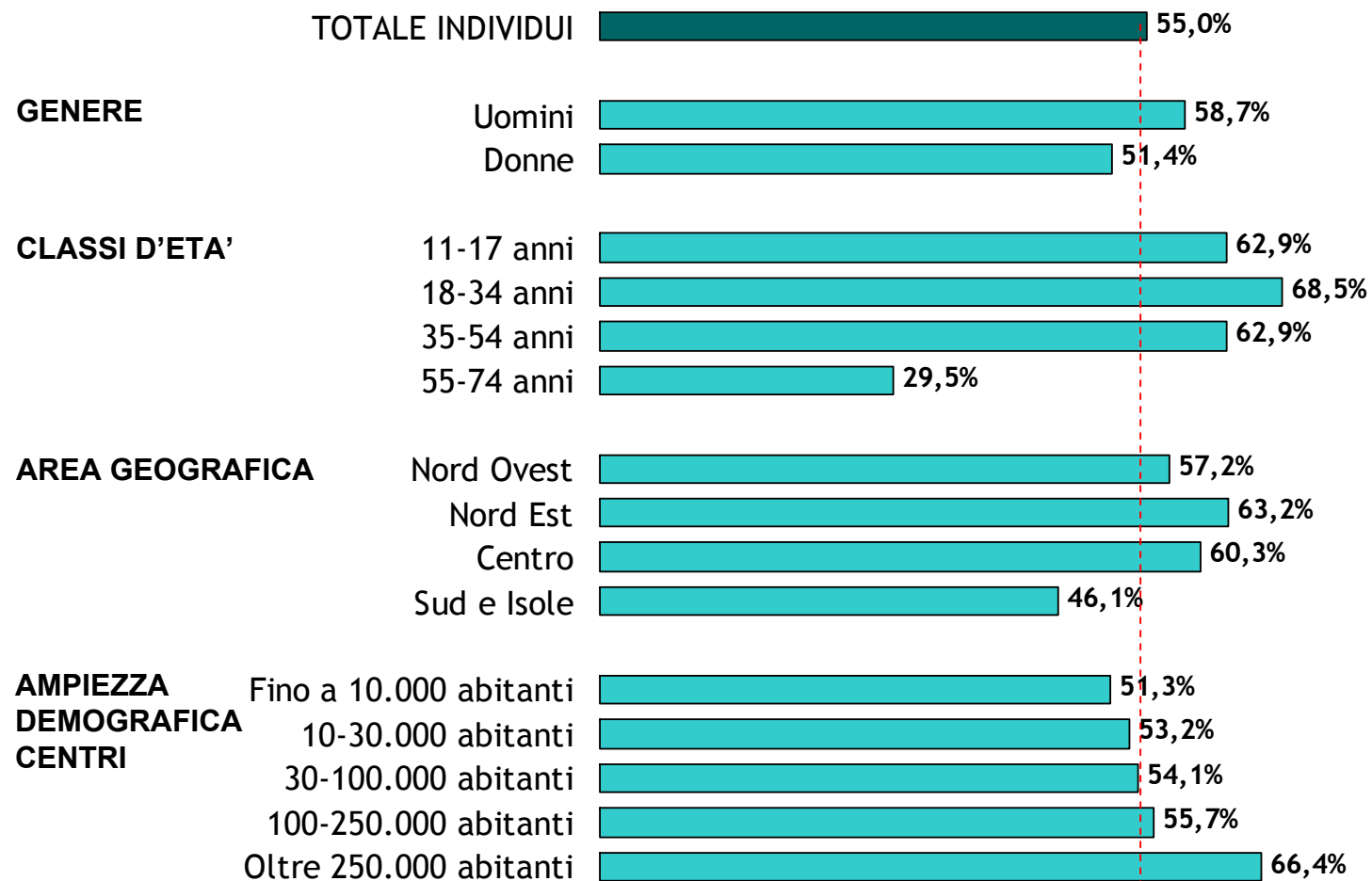
Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da qualsiasi

(C0) luogo/strumento - Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)



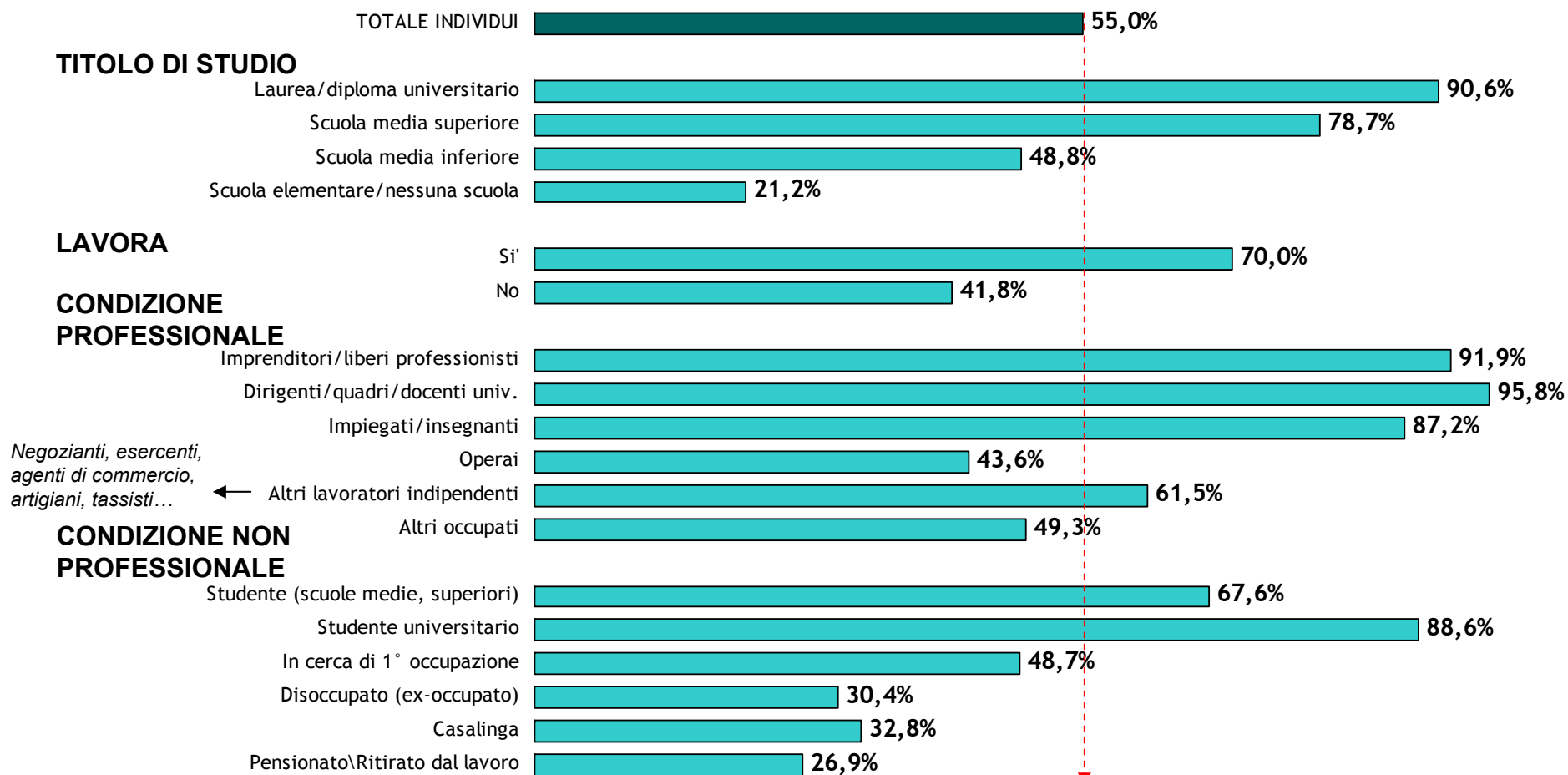
Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da pc da casa e/o lavoro/ufficio - Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa e/o lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da pc da casa e/o lavoro/ufficio - Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

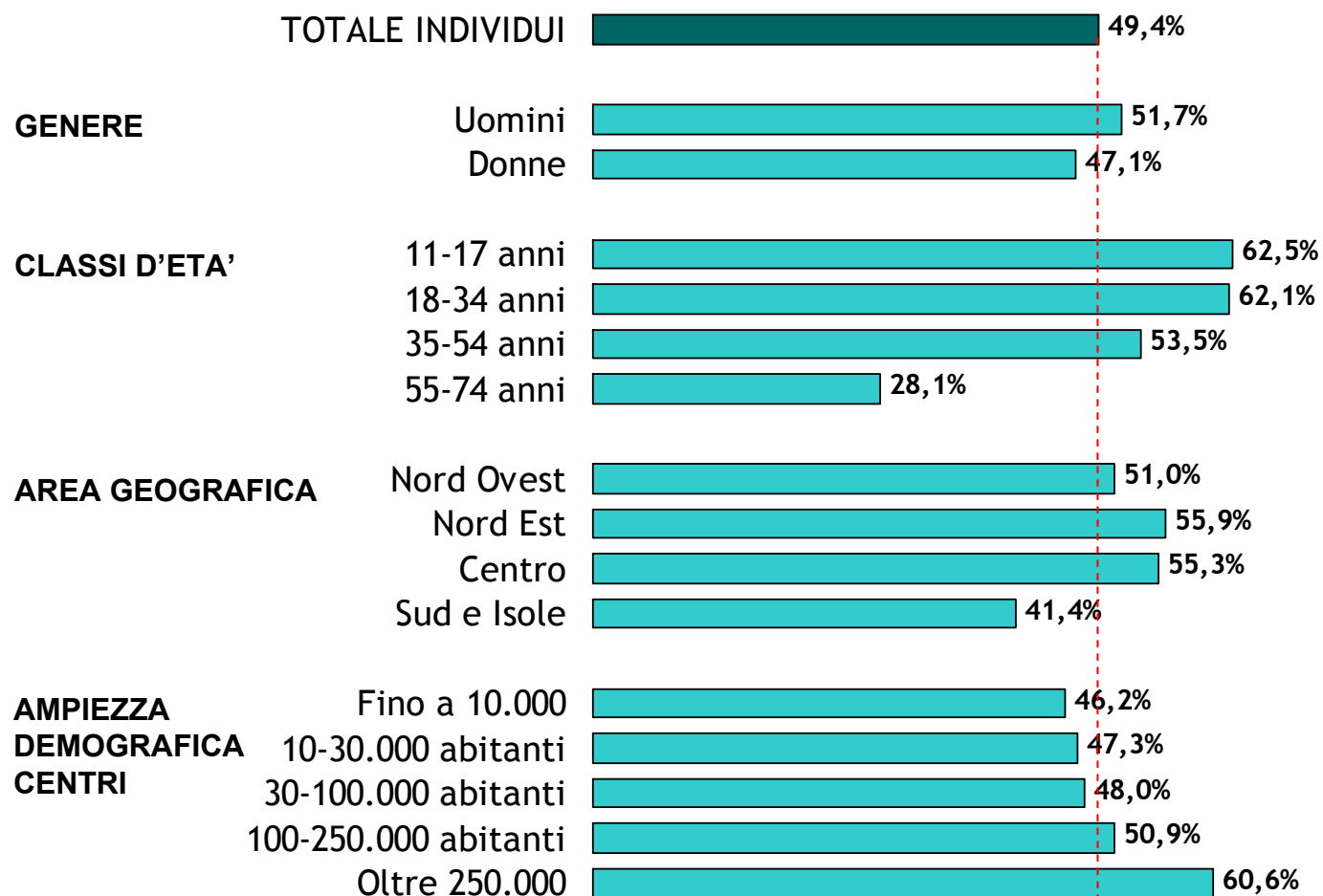


Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa e/o lavoro/ufficio all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da pc da casa

(C0)

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

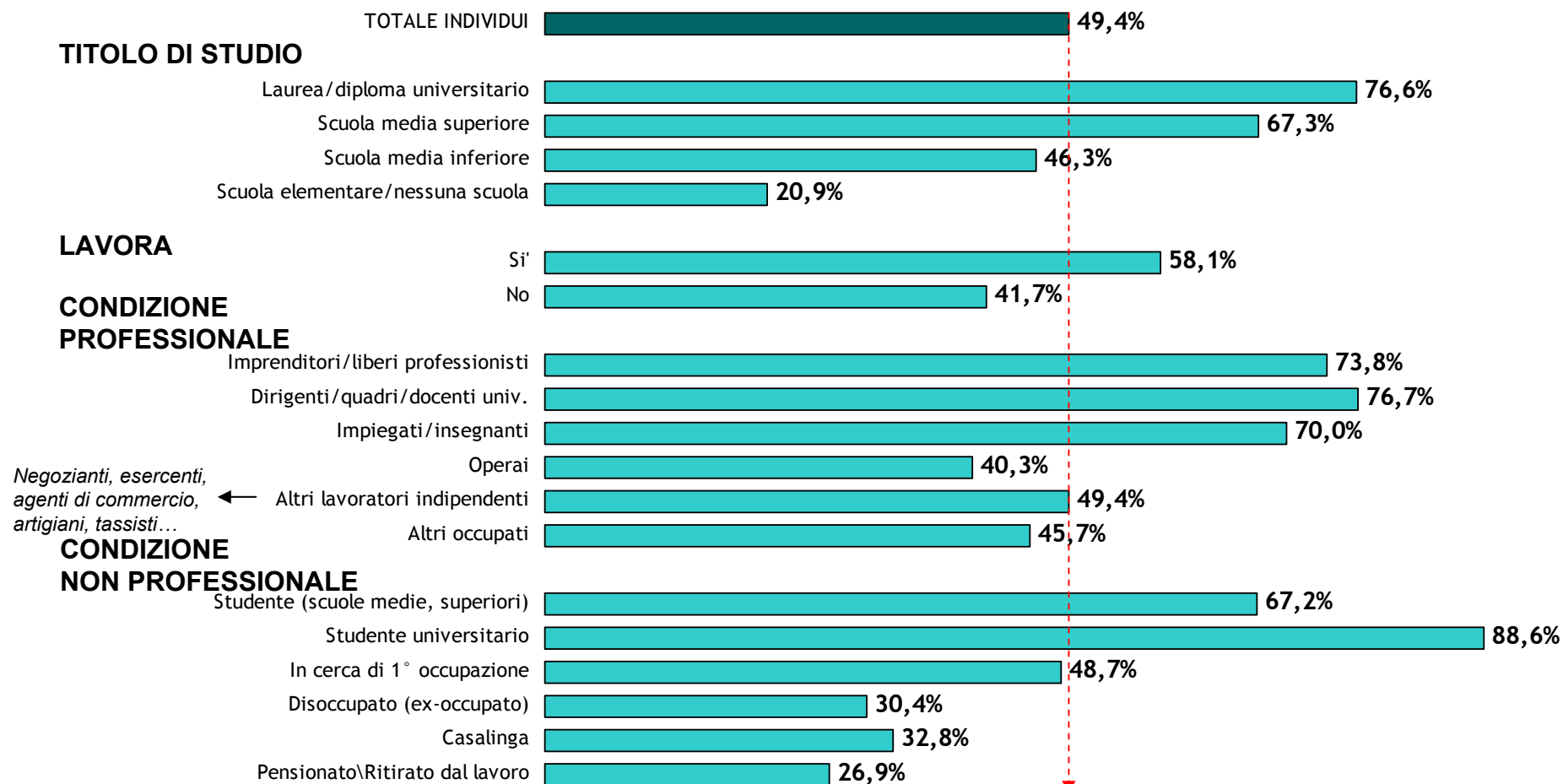


Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da pc da casa

(C0)

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da pc da casa all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

*INDIVIDUI 11-74 ANNI CON ACCESSO AD INTERNET:
POSSESSO ED USO PERSONALE DEL TELEFONO CELLULARE*

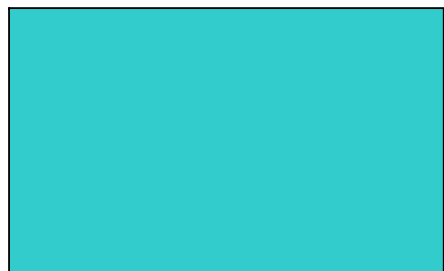
Possesso di telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo presso gli individui che hanno accesso ad internet

(E1)

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460) - Valori % e Stime in '000

Stime in '000

Possessori di telefono cellulare che hanno accesso ad internet (*)



55,4%



26.283 individui

Rappresentano il **95,1%** degli individui che hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento (N=27.647)

Possessori di telefono cellulare che hanno accesso ad internet da Smartphone/cellulare/PDA



5,6%



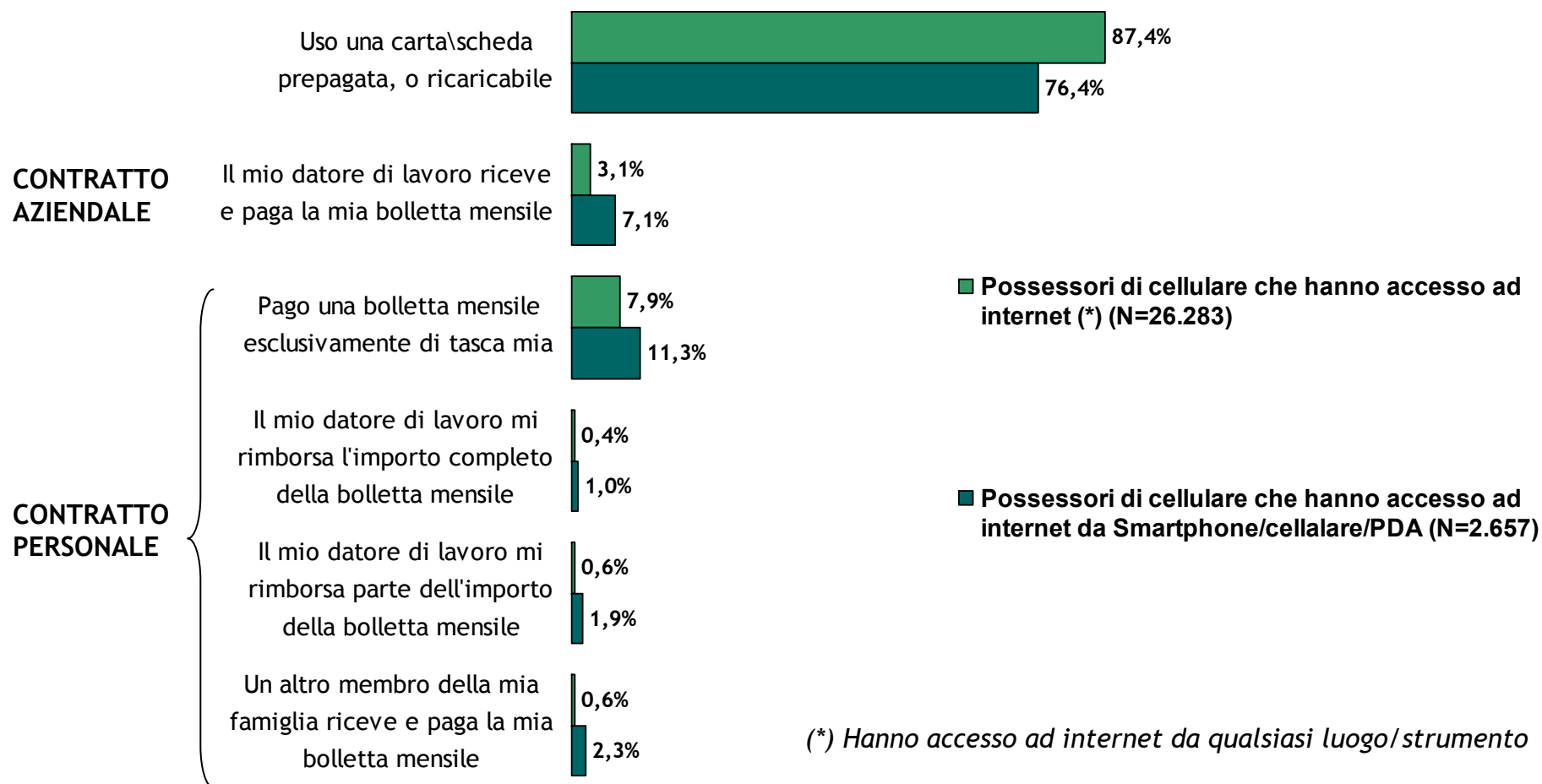
2.657 individui

(*) Hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento

Individui che hanno accesso ad internet: modalità di pagamento dei servizi di telefonia mobile utilizzati

(E4)

Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo - Valori %

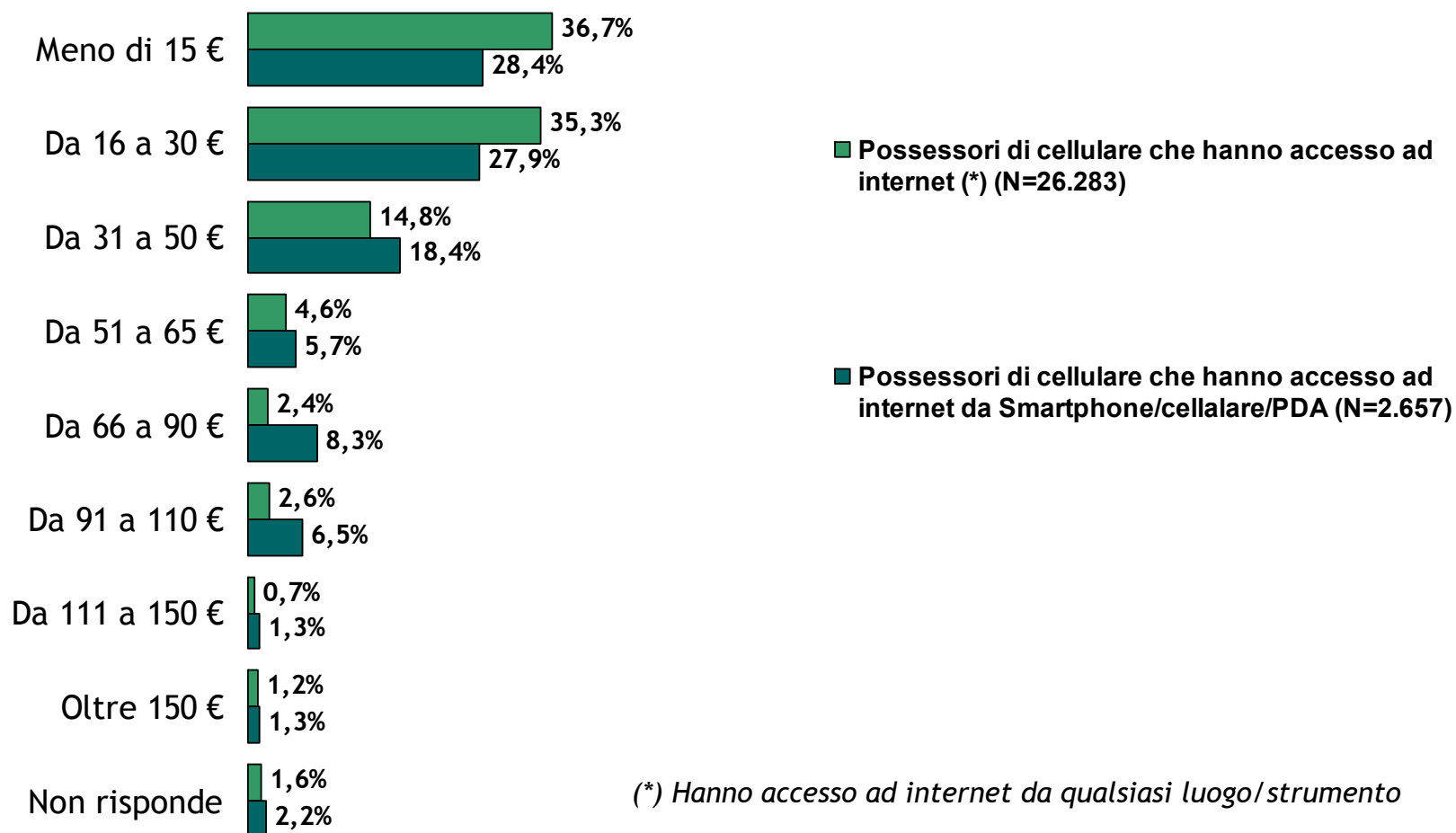


(*) Hanno accesso ad internet da qualsiasi luogo/strumento

Individui che hanno accesso ad internet: spesa mensile per i servizi di telefonia mobile

(E5)

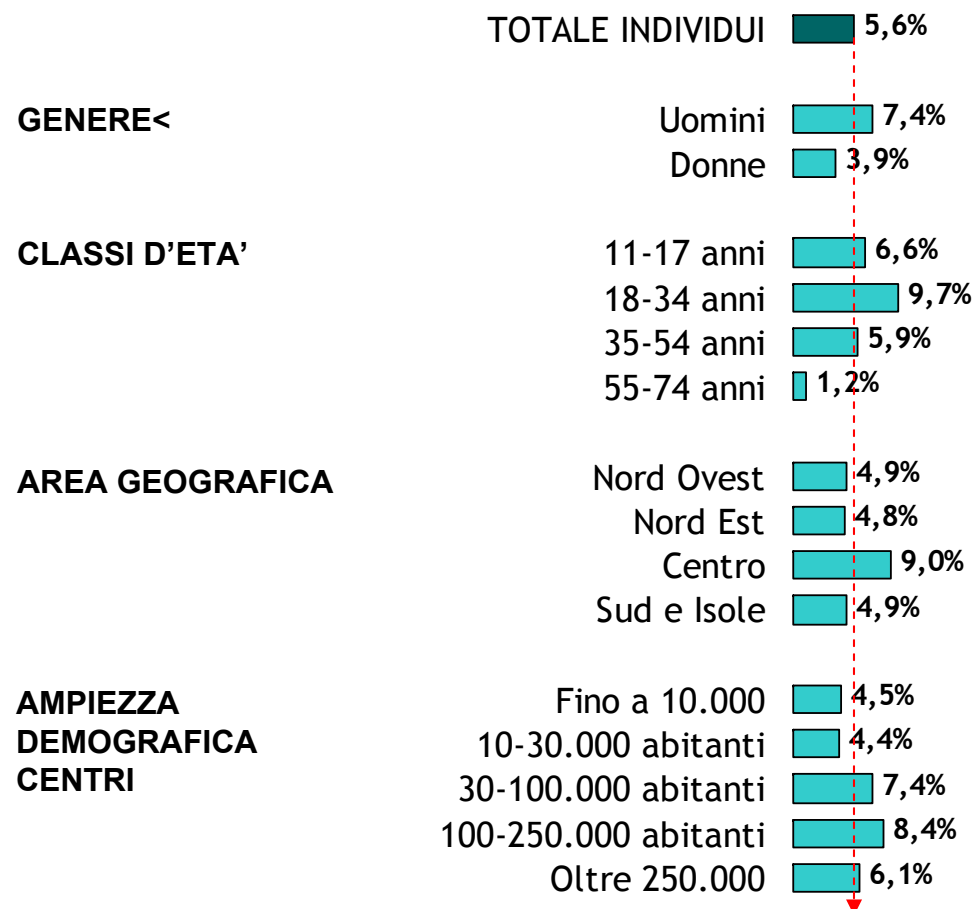
Base: possiedono un telefono cellulare utilizzato in modo esclusivo - Valori %



Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da Smartphone, cellulare, PDA

(C0)

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)

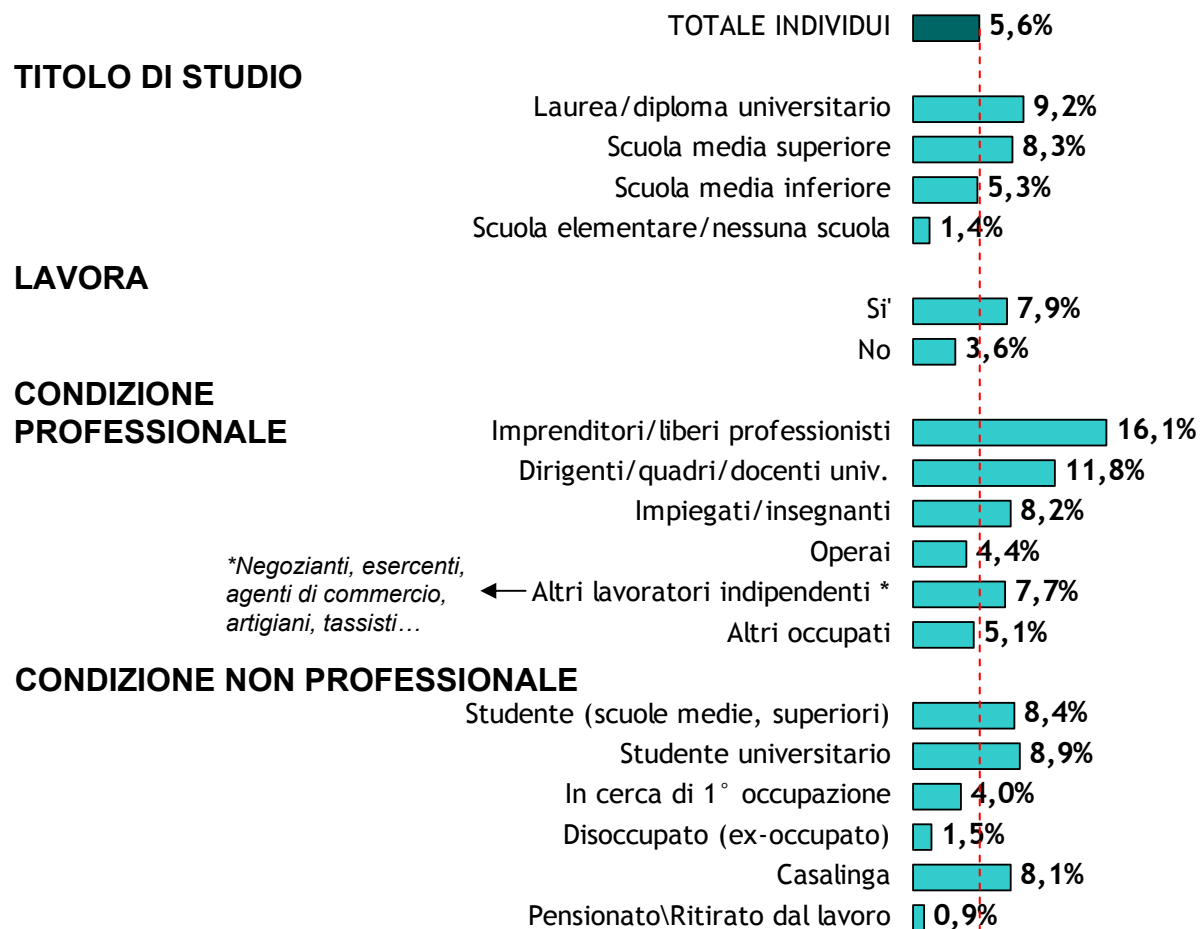


Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Profilo degli individui che hanno accesso ad internet da Smartphone, cellulare, PDA

(C0)

Base: totale individui 11-74 anni (N=47.460)



Il grafico rappresenta la quota di individui che ha accesso da Smartphone, cellulare, PDA all'interno di ciascun segmento. Le percentuali relative ai diversi segmenti di popolazione, confrontate con la barra in alto del totale, evidenziano la maggiore/minore concentrazione del fenomeno.

Come ricevere i Report Audiweb

- I Report Audiweb sono distribuiti alle diverse categorie di utilizzatori:
 - Publisher iscritti - editori, concessionarie o aggregatori che richiedano la rilevazione e la pubblicazione dei dati analitici di navigazione e di audience dei propri siti
 - Utilizzatori professionali - agenzie pubblicitarie o web e agenzie media
 - Altri Utilizzatori - aziende investitrici, società di consulenza e operatori dell'informazione, etc..

- 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 sono proporzionali alla propria audience
 - Per gli Utilizzatori Professionali al fatturato pubblicitario online annuale gestito dal richiedente per conto dei suoi clienti.

Grazie per l'attenzione!

Enrico.Gasperini@audiweb.it