



Milano, 1 Dicembre 2008

Audiweb completa il nuovo sistema integrato per la rilevazione dei dati sulla fruizione dei media online distribuendo il database di pianificazione e i risultati della prima Ricerca di Base sul consumo digitale degli Italiani

***AW Database*, il nastro che contiene i dati elementari di navigazione del panel disaggregati a livello individuale, viene distribuito nella sua prima versione agli operatori specializzati, consentendo ogni tipo di pianificazione e implementando per la prima volta la nuova metodologia di integrazione dei dati panel e censuari, oltre alla stima dell'utilizzo della rete anche dai luoghi pubblici d'accesso**

Viene pubblicato AW Trends*, il report della nuova **Ricerca di Base Audiweb: il 58,3% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (27,6 milioni) dichiara di avere un accesso a Internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi)*

Gli editori online ad oggi presenti nel database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono 80, ed i brand censiti 179

Audiweb (www.audiweb.it), Joint Industry Committee guidato da Enrico Gasperini e partecipato da Fedoweb, UPA ed Assocomunicazione, entra a regime completando il proprio sistema integrato per la rilevazione della fruizione dei mezzi online.

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 per mezzo di una serie di interviste su un campione della popolazione italiana residente finalizzata alla definizione dell'universo degli utenti Internet e alla descrizione delle loro caratteristiche in termini di profilo socio-demografico e attitudinale
- **Panel.** Rilevazione oggettiva per mezzo di un software meter della fruizione di Internet basata su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione italiana online. Dal mese di ottobre il campione ha raggiunto la dimensione di circa 20 mila panelisti, con reclutamento misto probabilistico e online, numerosità che consente di rilevare adeguatamente 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 parte di Audiweb

Molte le novità di oggi per il mercato:

- **AW Database - Viene distribuita la prima versione del 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 inoltre 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 dei sistemi di pianificazione degli operatori specializzati. La distribuzione entrerà a regime entro due settimane 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 completa del database per il mese precedente
- **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 si posiziona quindi 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. **La stima della navigazione da altri luoghi di accesso si aggiunge alla tradizionale stima della navigazione da casa e da ufficio e per la prima volta a livello internazionale il dato panel viene ponderato con i dati censuari**, rilevati con tecnologia browser-based, e opportunamente calcolati al netto degli accessi da device diversi dal pc e del traffico proveniente dall'estero. L'ottimizzazione avviene grazie all'utilizzo della routine statistica CALMAR.

Il sofisticato metodo di ponderazione è stato messo a punto da Audiweb nella convinzione di poter soddisfare al meglio la richiesta di garanzie sui dati Internet proveniente dal mercato. Questo grande sforzo scientifico è stato fatto grazie al lavoro del suo Comitato Tecnico guidato da **Massimiliano Iannicelli**, il supporto scientifico di **Memis** e il know-how e l'esperienza specifica di **Nielsen Online** nel settore della ricerca dedicata ai media digitali, fondamentali per lo studio, la messa a punto e la gestione di un sistema così innovativo.

Da questo mese i dati di audience di **AW View** sono prodotti utilizzando la Ricerca di Base Audiweb affiancandosi al database di pianificazione come strumento indispensabile per il marketing

editoriale, lo studio del mercato, della concorrenza, dei fenomeni consolidati e nascenti nella rete Internet.

Alla base del sistema integrato per la rilevazione dei dati delle audience online, Audiweb ha fatto condurre da **Doxa** una ricerca senza precedenti sul consumo digitale degli Italiani fornendo una componente fondamentale nella stima degli Universi degli utenti potenziali di Internet e nella definizione del profilo socio-demografico delle famiglie e degli individui che accedono al mezzo. Questi dati sono alla base dell'espansione statistica del dato sull'utilizzo di Internet rilevato attraverso il panel.

La **Ricerca di Base** è una **ricerca quantitativa** che presenta molti **elementi di novità** nell'approccio metodologico e nelle tematiche trattate al fine di rappresentare in modo adeguato e imparziale la popolazione che accede a Internet:

Il campione annuale 2008 è costituito da 7.200 interviste face to face, suddivise in quattro cicli trimestrali di 1.800 casi ciascuno, su un campione della popolazione italiana residente (individui di 11-74 anni). L'analisi è estesa all'accesso a Internet da ogni luogo (casa, ufficio, di studio, altri luoghi) e viene approfondito il profilo degli utenti che accedono a Internet da smartphone, cellulare, o PDA. Quest'anno la ricerca è partita nel mese di aprile, applicando una differente distribuzione dei cicli al fine ottenere una corretta rappresentazione del trend.

I risultati disegnano un popolazione con accesso a Internet abbastanza evoluta sia in termini socio-demografici che nelle modalità di accesso. **Il 58,3% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni (27,6 milioni) dichiara di avere un accesso a Internet da qualsiasi luogo (casa, ufficio, studio, altri luoghi) e attraverso qualsiasi device.** In particolare, dichiara di avere accesso a internet il 62,2% degli uomini e il 54,4% delle donne con una maggiore rappresentazione nelle fasce d'età 11-17 (77,6%) e 18-34 (72,8%) e tra gli individui del Nord-Est (65,2%) e del Centro (63,8%). La maggior parte della popolazione con accesso a Internet presenta un livello di istruzione medio-alto (il 91,8% dei laureati e l'80,8% dei diplomati) ha una posizione lavorativa qualificata (il 96,6% di dirigenti/quadri/docenti universitari e il 92,3% degli imprenditori e dei liberi professionisti) o è studente (il 95,8% degli studenti universitari e l'81,4% degli studenti di scuola media superiore).

Dalla ricerca risulta che **il 45,2% delle famiglie italiane (9,2 milioni) ha accesso a Internet da casa** e una famiglia su due possiede almeno un computer di proprietà (54,6%). Emerge che più è ampio il nucleo familiare maggiore è l'indice di penetrazione dei computer posseduti e di accesso a Internet da casa. In generale, risulta che quasi i tre quarti delle famiglie con accesso a Internet scelgono l'ADSL (70,5%) con un abbonamento flat (88,6%) e presentano una maggiore disponibilità di altri device tecnologici, confermando una competizione in atto tra i canali disponibili e un consumo maturo di internet.

La ricerca offre inoltre una descrizione del profilo degli utenti che hanno accesso a Internet attraverso dispositivi mobili (smartphone, cellulare, PDA). In base ai dati raccolti, **il 5,6% della popolazione (2,7 milioni di individui) ha accesso a internet in mobilità** (smartphone/cellulare/PDA). I possessori di cellulare che hanno accesso a Internet da Smartphone/cellulare/PDA) usufruiscono dei servizi di telefonia mobile da oltre tre anni (88,8%), usano principalmente una carta prepagata o ricaricabile (76,4%) e spendono fino a 30 euro (56,3%) per i servizi di telefonia mobile

I risultati sono disponibili al pubblico nel report **AW Trends** sul sito Audiweb e agli iscritti in forma sorgente attraverso Pulsar Web.

Gli editori online ad oggi presenti nel database, iscritti direttamente o dai loro network pubblicitari, sono **80**, ed i **brand censiti 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
	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

Custom Property / Network	Parent	Brand	
Il sole 24 ORE WebSystem	Blogosfere.it	Blogosfere.it	
	Edizioni Master	VideoGame.it	
	FastWeb	FastWeb	
	Guida Monaci	Guida Monaci	
	ItaliaNews – Ilsole24ore	Dietacub	
		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	rockol.it
	SEIKO EPSON	Meteo.it	
	Sergio Chiesa	datasport.it	
	TicketOne	TicketOne	
Mondadori	3B METEO	3B Meteo	
	Mondadori	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
	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		

Custom Property / Network	Parent	Brand
Pixel CB Network	Bimbi.it	Bimbi.it
	CookyNet	Buonissimo
	Digital Sat	digital-sat.it
	FantacalcioService	fantacalcioservice.it
	Fantamagic.it	Fantamagic.it
	Fantatornei.com	Fantatornei.com
	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	La Sicilia.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
	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	
	TuttoUomini	
Tiscali Adv	TuttoUomini	Tuttouomini.it
	Ansa	ANSA
	GoAdvertising	Excite Europe
	ilMeteo	ilmeteo.it
	Tiscali	Tiscali

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.

La suite dei servizi Audiweb è realizzata con **Nielsen Online**, partner statistico e tecnologico per le rilevazioni panel e i relativi servizi di elaborazione. L'incarico per la Ricerca di Base è affidato a **Doxa**, la consulenza scientifica a **Memis**, le attività di auditing e certificazione dei sistemi censuari a **PricewaterhouseCoopers**, le operazioni tecnologiche a **Tomato**, la consulenza legale a **DLA Paper**. La metodologia adottata è stata sviluppata in proprio, sulla base degli standard internazionali di **IAB**

Maggiori informazioni sono presenti sul sito www.audiweb.it

Questi i riferimenti riservati alla stampa

Audiweb
Alberto Alloisio
Tel. 0258315141
alberto.alloisio@audiweb.it

Hill & Knowlton
Luciano Majelli
Tel. 02 31914285
lmajelli@hillandknowlton.com