

## Audiweb rende disponibili al mercato, per la prima volta, i dati della nuova survey sull'audience dei contenuti editoriali fruiti all'interno dell'applicazione mobile di Facebook (in-app browsing e Instant Articles).

*Realizzata in collaborazione con Nielsen, la nuova survey è partita con la rilevazione dei dati del mese di agosto 2016 e ha già raccolto l'adesione dei principali associati ad Audiweb, con circa 30 siti iscritti.*

Milano, 5 ottobre 2016 – Audiweb rende disponibili i primi dati della **nuova survey** sull'audience dei **contenuti editoriali** fruiti all'interno dell'**applicazione mobile di Facebook mediante browsing e/o Instant Articles**.

La nuova survey, realizzata in collaborazione con **Nielsen**, consente di attribuire correttamente i dati di consumo dei contenuti editoriali visti in queste due modalità di fruizione e che sono comunque **già rilevati tramite la metodologia standard\* di Audiweb**, ma **non attribuiti** all'editore che ne è titolare.

I primi dati della survey sono riferiti ai consumi **del mese di agosto** per ciascuno dei brand/siti iscritti dai **Publisher che ad oggi hanno già aderito al servizio** e indicando in dettaglio i **seguenti dati**:

- il **numero di utenti unici** (dai 13 anni in su) che, nel periodo di rilevazione, hanno consultato almeno una pagina oggetto della rilevazione;
- il **volume totale mensile di pagine viste** fruito mediante in-app Facebook browsing & Instant Articles su dispositivi mobili;
- **le pagine viste per persona** nel periodo di rilevazione;
- la **distribuzione per genere e fasce di età** degli utenti e delle pagine rilevate dalla survey.

I dati della nuova survey saranno **disponibili con frequenza mensile**, solo fino alla rilevazione del mese di dicembre 2016, e pubblicati sul sito Audiweb entro il mese successivo a quello oggetto di rilevazione.

*“Abbiamo velocizzato il più possibile l'individuazione di una soluzione per la corretta attribuzione dei consumi dei contenuti editoriali fruiti tramite applicazione mobile di Facebook, in modalità in-app browsing e Instant Articles e ce l'abbiamo fatta, offrendo al mercato dati affidabili per stimare la portata del fenomeno”,* dichiara Marco Muraglia, presidente di Audiweb. *“Il sistema di rilevazione*



*di Audiweb è nato in un momento in cui i dispositivi mobili non raggiungevano ancora significativi livelli di penetrazione, mentre oggi il 77% del tempo trascorso online dai maggiorenni è da mobile, così come il 40,5% del tempo dedicato alla fruizione delle news online e il 41,5% delle pagine consultate nel mese\*\*. Il nostro lavoro continua con grande impegno, per concludere anche la fase finale di selezione del progetto Audiweb 2.0, così da poter iniziare a lavorare concretamente sull'evoluzione del sistema entro il nuovo anno".*

La **metodologia di rilevazione** è basata sull'elaborazione dei dati derivati dall'**implementazione di due sistemi: il TAG Audiweb** utilizzato per misurare le **Pagine Viste** e **Nielsen Digital Ad Ratings (DAR)** che alimenta il modello per l'**attribuzione delle audience associate a tali Pagine Viste**.\*\*\*

I **TAG dei due sistemi di rilevazione**, associati in modo univoco ad ogni brand/sito iscritto, rilevano le audience e i consumi di pagine viste solo ed esclusivamente per i due ambienti oggetto della misurazione - browsing e Instant Article in applicazione mobile di Facebook.

I dati della survey **non sono in alcun modo collegati o collegabili** ai dati forniti nell'ambito del servizio **Audiweb Database**. Infatti, le metodologie alla base delle due rilevazioni sono differenti, pertanto i dati risultanti nell'ambito di questo servizio non potranno, ad esempio, essere sommati a quelli risultanti dal servizio Audiweb Database.

I **risultati della survey di agosto** riportano i dati degli editori associati ad Audiweb che hanno già aderito al servizio: 21st Century Fox, Caltagirone Editore, Ciaopeople, Gruppo De Agostini, Gruppo Espresso, Libero Quotidiano, Mediaset, Mondadori e Società Editrice Multimediale.

Il documento con i dati di consumo dei contenuti editoriali dei Publisher aderenti alla survey è disponibile sul sito **www.audiweb.it nella sezione "News"**.

-----

\* L'attuale sistema di rilevazione di Audiweb, basato su panel meterizzato (software installato sul dispositivo del panelista), offre dati obiettivi sulla fruizione di internet da pc, smartphone e tablet, differenziando la navigazione via browser dalla fruizione via applicazioni.

Per maggiori informazioni sulla metodologia standard di Audiweb è possibile consultare la sezione "Metodologia" del sito [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it).

\*\* Dati Audiweb powered by Nielsen di luglio 2016, italiani di 18-74 anni

\*\*\***Intera frase aggiornata e modificata in data 07/10/2016**

## 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 AssoComunicazione, associazione delle agenzie e centri media operanti in Italia.

*Questi i riferimenti riservati alla stampa:*

**Hill+Knowlton Strategies - Tel. 02.319141**

Anna Bellini, [anna.bellini@hkstrategies.com](mailto:anna.bellini@hkstrategies.com)

Michele Bon, [michele.bon@hkstrategies.com](mailto:michele.bon@hkstrategies.com)

**Audiweb - Tel. 02.58315141**

Maria Giovanna Migliaro

[mariagiovanna.migliaro@gmail.com](mailto:mariagiovanna.migliaro@gmail.com)