

Tv. Nel 2018 misurazioni su tutti i device Auditel, scommessa su superpanel e «2.0»

Andrea Biondi

Palinsesti, piccolo schermo, colore come evoluzione del bianco e nero. Parole e concetti che richiamano alla mente un'Italia diversa, in cui la tv era differente come il modo di fruirne, ma anche come la società.

Una storia lunga trent'anni quella di Auditel, celebrata ieri alla Camera dei Deputati con quella che, nei fatti, è stata la prima relazione discussa pubblicamente sull'attività della società che rileva i dati d'ascolto. Definizione riduttiva, chiarisce il presidente Andrea Imperiali, per quello che è «un presidio, autorevole e imparziale, condiviso e riconosciuto da una molteplicità di soggetti, tutti in concorrenza fra loro». Un organismo necessario per mantenere il delicato equilibrio fra «aziende che investono in pubblicità e broadcaster». Non a caso fra i soci ci sono Rai (33%), Mediaset (20,22%), La7 (3,33%), Confindustria Radio Televisioni (3%), ma anche Upa (20% per le aziende che investono in pubblicità), Assap (11,5%), Unicom (1,5%), Fieg (1%). Nel Consiglio d'amministrazione 15 sono in rappresentanza del «mercato» (fra Upa, Assocom, Unicom) e gli altri delle tv, fra cui anche Sky (2 componenti) e Discovery (1).

Così Auditel arriva ora a uno snodo cruciale, con alle spalle un passato non sempre facile, fra le accuse rivolte alla società di favorire il duopolio Rai-Mediaset o scivoloni come quello di ottobre 2015 con un errore materiale che ha portato a uno stop per alcuni giorni dell'attività e al ricambio del panel. Auditel arriva però a questo passaggio forte di un lavoro sul quale hanno espresso apprezzamento le stesse Authority. «È uno strumento informativo estremamente sofisticato che non ha paralleli al mondo, motivo di orgoglio per il Paese, le industrie e i mercati collegati», ha detto il presidente di Agcom, Angelo Marcello Cardani. «Oggi emerge una grande

differenza fra Auditel che è una scatola trasparente e l'opacità dei grandi operatori di Internet, i cosiddetti Over the top», ha poi affermato Giovanni Pitruzzella, presidente dell'Antitrust. Riconoscimenti anche da Giovanni Buttarelli, Garante Privacy Ue, per l'impegno di Auditel nel prevedere da subito misure per adeguarsi al nuovo Regolamento europeo sul trattamento dei dati personali (Gdpr), in vigore dal 25 maggio.

Ora per Auditel inizia l'era del «superpanel» (allargato a 16.100 famiglie per 41 mila individui, contro le 5.700 precedenti) e del-

NUOVA ERA

La società ha festeggiato ieri i 30 anni di attività
Allargato a 16.100 famiglie dalle precedenti 5.700
il campione per le rilevazioni

la rilevazione su tutti i device, attesa per l'estate o comunque entro il 2018. Sarà Comscore a sviluppare le componenti tecnologiche per arrivare alla misurazione delle audience della televisione «oltre la televisione». Nielsen continuerà dal canto suo a rilevare gli ascolti sul superpanel. Innovazione non da poco quella degli ascolti da web e «in mobilità». E ad Auditel arriverà un dato «censuario», visto che in base al meccanismo tecnico i broadcaster accompagneranno al segnale un tag che sarà letto poi dai device. Si prevede che ad adeguarsi (si tratta pur sempre di investimenti delle emittenti), possano essere 50-60 editori, ma rappresentativi del 90% del mercato. A ogni modo, declinare queste informazioni in dati per età o genere sarà poi possibile analizzando il superpanel.

Un tempo c'erano 6-7 canali da monitorare; ora ce ne sono 440 e una tv che va oltre la tv. Il futuro di Auditel.