



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: PUBBLICATI I RISULTATI DELL'INDAGINE CONOSCITIVA SUI SISTEMI DI RILEVAZIONE DELLE AUDIENCE

Approfondire l'impatto dei più recenti sviluppi tecnologici sulla fruizione dei contenuti sui diversi media da parte degli utenti, analizzando le metodologie e gli strumenti di rilevazione la cui adozione consentirebbe di migliorare l'efficienza e l'oggettività della misura: questo l'obiettivo dell'[indagine conoscitiva](#) sui *sistemi di rilevazione degli indici di ascolto sui mezzi di comunicazione di massa*, relatori i Commissari Antonio Martusciello e Francesco Posteraro, i cui risultati sono stati pubblicati oggi dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

L'indagine ha evidenziato come l'attuale assenza di sistemi di rilevazione in grado di offrire un'analisi delle *audience* in un contesto unico ed integrato fondato su metodologie, metriche e informazioni condivise dal mercato e confrontabili fra i vari media, possa rappresentare un limite per l'evoluzione di tutto il sistema della comunicazione. Sono state anche esaminate le condizioni per la realizzazione di indagini sulle *audience* orientate a rilevare l'esperienza di consumo cross-mediale e trans-mediale (approccio *consumer-centric*). Per quanto concerne le attività di rilevazione delle *audience* dei singoli mezzi, lo studio, con riferimento alla televisione, ha evidenziato i risultati raggiunti dalla società Auditel, dopo le criticità rilevate dall'Autorità anche nel più recente passato, con l'adozione del cd. *Superpanel* (che prevede un campione di circa 16.000 famiglie), punto di partenza per l'estensione del



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

proprio sistema di rilevazione ai nuovi *device* (*smart TV, pc, smartphone, tablet*). In merito alle rilevazioni dei contenuti radiofonici, l'indagine, pur valutando positivamente la costituzione della nuova società di rilevazione TER, auspica il raggiungimento di una *governance* più ampia e la valutazione in futuro di nuove tecniche e metodologie di rilevazione degli ascolti.

Quanto alla stampa, lo studio invita le due società di rilevazione e certificazione dei contatti (Audipress e ADS) ad estendere il perimetro delle indagini alle edizioni digitali native, guardando con favore ad eventuali sinergie tra le due società e Audiweb e ad un'eventuale integrazione delle due tipologie di misurazioni.

Particolare attenzione è stata rivolta infine alle rilevazioni su *web*. Una evidente criticità risiede nella presenza di servizi di *web analytics* offerti da operatori, quali *Google* e *Facebook* – primi per ricavi pubblicitari a livello nazionale e mondiale – che, oltre a non partecipare alla compagine societaria di Audiweb, non garantiscono la certificazione indipendente, da parte di soggetti terzi, del dato prodotto.

L'Autorità si riserva l'adozione di ogni più utile iniziativa volta a garantire la trasparenza e la certezza del dato prodotto.

Roma, 15 giugno 2017