



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 130/18/CSP

AVVIO DI UNA ISTRUTTORIA NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ AUDIWEB AVENTE AD OGGETTO LA VERIFICA DELLA METODOLOGIA PROPOSTA NELL'AMBITO DEL PROGETTO AUDIWEB 2.0.

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 6 giugno 2018;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle comunicazioni e radiotelevisivo*” e, in particolare, l’art. 1, comma 6, *lett. b)*, n. 11;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, recante il “*Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”;

VISTA la delibera n. 85/06/CSP, del 16 maggio 2006, recante “*Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione*”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana n. 123, del 29 maggio 2006;

VISTA la delibera n. 236/17/CONS, del 12 giugno 2017, recante “*Chiusura dell’indagine conoscitiva sui sistemi di rilevazione degli indici di ascolto sui mezzi di comunicazione di massa*”;

VISTA la nota del 6 dicembre 2017 (prot. n. 85832) con la quale la Direzione contenuti audiovisivi dell’Autorità ha invitato la società Audiweb a voler fornire ogni più utile informazione in merito all’avvio di una nuova rilevazione denominata “*Audiweb 2.0*”, sviluppata in *partnership* con l’Istituto Nielsen e, più specificatamente: sul processo di allargamento della compagine societaria del JIC ai *player* internazionali e alle associazioni degli editori online nazionali; sulle caratteristiche del *Software Development Kit* di Nielsen (SDK); sulle eventuali modifiche nei rapporti di collaborazione con gli istituti di ricerca, società di consulenza e di certificazione che intervengono nelle diverse fasi di realizzazione delle indagini; sul rapporto contrattuale con la società Facebook; sulla definizione del profilo delle *audience* ottenuto attraverso il ricorso ai big data; sulla nuova ricerca di base unificata con Auditel; sui criteri di misurazione dei contenuti video; sulla tempistica e periodicità di pubblicazione dei dati;

VISTA la nota del 27 dicembre 2018 (prot. n. 89493) con la quale la società Audiweb ha fornito all’Autorità un primo sintetico riscontro sui temi sollevati;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTA la nota dell'11 aprile 2018 (prot. n. 31325) con la quale la Direzione contenuti audiovisivi dell'Autorità, tenuto conto delle informazioni già trasmesse da Audiweb, nonché di quanto dichiarato nel corso dell'audizione del 23 gennaio 2018, ha chiesto alla società Audiweb di voler fornire ogni informazione utile, trasmettendo a tal fine ulteriore documentazione, sull'utilizzo dei dati Facebook nella misurazione dell'*audience online* e, più specificatamente, sul rapporto contrattuale tra l'Istituto Nielsen e la piattaforma Facebook rilevante sotto il profilo metodologico ai fini della realizzazione dell'indagine; sui criteri adottati in merito alla conformità alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali; sugli elementi di carattere metodologico relativi alle modalità di utilizzo dei dati Facebook, con particolare riferimento alla procedura di verifica e calibrazione messa in atto dall'Istituto Nielsen. È stato inoltre chiesto alla società un aggiornamento sull'eventuale passaggio di Facebook al ruolo di *publisher* iscritto all'indagine, nonché di chiarire quali siano le garanzie offerte da Facebook in qualità di fornitore di *big data*;

VISTA la nota del 24 aprile 2018 (prot. n. 34541) con la quale la società Audiweb ha dato riscontro alla menzionata richiesta;

CONSIDERATO che in data 23 gennaio 2018 i rappresentanti di Audiweb sono stati auditi innanzi ai competenti uffici dell'Autorità in relazione all'avvio della nuova rilevazione "*Audiweb 2.0*", presentata ufficialmente dalla stessa società nel corso di una conferenza stampa del 15 novembre 2017;

CONSIDERATO inoltre quanto segue:

1. L'art. 1, comma 6, *lett. b*), n. 11, della legge n. 249/97 stabilisce che spetti all'Autorità il potere di vigilare sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione rilevati da altri soggetti, effettuando verifiche sulla congruità delle metodologie utilizzate e riscontri sulla veridicità dei dati pubblicati nonché sui monitoraggi delle trasmissioni e sull'operato delle imprese che svolgono le indagini. Nella progressiva organizzazione delle attività dell'Autorità, tali poteri conferiti dalla legge sono stati declinati in termini di vigilanza sull'operato delle imprese che effettuano le rilevazioni, con particolare attenzione alla loro *governance* e alle metodologie di ricerca adottate;
2. Con la delibera n. 85/06/CSP, recante "*Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione*", rivolta a tutti i settori della comunicazione (mezzo televisivo, mezzo radiofonico, lettura di quotidiani e periodici, fruizione del *web* e cinema), l'Autorità ha inteso fornire indicazioni circa l'organizzazione delle società realizzatrici delle indagini, fornendo l'inquadramento di settore e fissando i principi generali cui si devono uniformare i soggetti che realizzano indagini su indici di ascolto e di diffusione dei vari mezzi di comunicazione. In particolare, il provvedimento si sofferma su:
 - a) il profilo organizzativo-societario dei soggetti di cui trattasi (art. 2), introducendo il principio della massima rappresentatività del mercato negli organi di gestione



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

dell'impresa, al fine di assicurare l'obiettività delle ricerche già attraverso la struttura proprietaria e organizzativa dei soggetti realizzatori di indagini, ma precisando altresì l'esigenza della separatezza degli organi amministrativi e dei comitati tecnico-scientifici onde garantire l'autonomia di questi ultimi;

- b) il regime di trasparenza (art. 6), prevedendo la pubblicazione di una “nota informativa” secondo le linee indicate dalla stessa Autorità;
3. Successivamente l'Autorità ha emanato la delibera n. 130/06/CSP, recante “*Misure attuative per l'acquisizione, l'elaborazione e la gestione delle informazioni richieste nell'Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione*”, che prevede l'obbligo per i soggetti che svolgono attività di rilevazione di fornire all'Autorità una precisa serie di informazioni, quali i dati anagrafici generali, la composizione degli assetti partecipativi e i nominativi di coloro i quali siedono al Consiglio di amministrazione e al Comitato tecnico. La delibera dispone che le società rilevatrici trasmettano una “nota informativa” sulla metodologia adottata e comunichino ogni variazione del disegno di ricerca. Le note metodologiche delle indagini sono pubblicate regolarmente sul sito dell'Autorità;
 4. Nell'indagine conoscitiva (delibera n. 236/17/CONS), che ha approfondito le attività di rilevazione delle *audience* per i diversi media oggetto di vigilanza da parte dell'Autorità, si è data evidenza delle criticità riconducibili in generale ai numerosi soggetti che offrono servizi di *web analytics* basati su tecniche e metodi di tracciamento differenti. L'operato di *player* internazionali che detengono posizioni economiche di rilievo nel mercato nazionale della pubblicità *online* e offrono servizi di *web analytics* e che non partecipano alle indagini condotte dai sistemi nazionali riconosciuti come *currency* di riferimento, sollevano profili di criticità nella misura in cui gli stessi non garantiscono la certificazione indipendente da parte di soggetti terzi del dato prodotto, né consentono a nessun altro sistema di *web analytics* di tracciare (mediante *tag* o altre tecniche) i siti di loro proprietà. Tale ampiezza dell'offerta rende particolarmente complesso per gli utilizzatori soddisfare attraverso un unico servizio le proprie esigenze di analisi sia di tipo editoriale, sia di pianificazione pubblicitaria;
 5. Nelle conclusioni della menzionata indagine conoscitiva, è stato evidenziato il rischio di possibili distorsioni delle dinamiche dei mercati a valle di *internet* e nel correlato settore della pubblicità *online* sottolineandosi dunque l'esigenza di aumentare il livello di trasparenza, sia sotto il profilo delle metodologie di rilevazione, sia sotto quello della produzione del dato rispetto alle descritte attività di rilevazione delle *audience online*. In quest'ambito, si inserisce il nuovo progetto di riforma del sistema di rilevazione denominato “*Audiweb 2.0*”, sviluppato in *partnership* con Nielsen, che prevede il ruolo di Facebook quale *data provider*. Dall'esame della nota informativa prodotta dalla società Audiweb emerge che attualmente l'Istituto Nielsen detiene la proprietà sia del sistema di gestione del campione e del relativo *software meter*, sia dei dati e delle informazioni misurate;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

6. Pur tenendo conto del fatto che il progetto di riforma del sistema di rilevazione delle *audience online* non si è ancora concluso, la documentazione agli atti prodotta da Audiweb e da Nielsen lascia emergere elementi di potenziale criticità sia in ordine all'utilizzo del dato Facebook, sia sul tema della *privacy*. In particolare:
- a) attraverso una tecnologia denominata “*redirect*” i dati personali degli utenti e dei contenuti fruiti arrivano contestualmente sia a Nielsen che a Facebook. Cionondimeno, allo stato, Facebook non risulta consentire controlli sui propri algoritmi di profilazione e sistemi di elaborazione dei dati: tale circostanza evidenzia i rischi connessi al ruolo di Facebook nel progetto in esame nella misura in cui la piattaforma, pur concorrendo in via di fatto alla produzione della metrica ufficiale del mercato digitale, non consente la piena verificabilità da parte di un soggetto terzo del compito svolto. Tale circostanza rileva anche ai fini del trattamento del cd. “*traffico non umano*”;
 - b) il rapporto tra l'Istituto di ricerca e la piattaforma Facebook appare qualificabile come una *partnership commerciale* e ciò potrebbe comportare il rischio di scelte non orientate in maniera univoca all'interesse dell'indagine e del mercato;
 - c) la piattaforma Facebook è iscritta ad Audiweb dal 2009 quale cliente *utilizzatore dei dati* e attualmente è al vaglio un eventuale passaggio al ruolo di *publisher iscritto*. Tale “doppio ruolo” potrebbe rappresentare un potenziale conflitto di interesse;
 - d) sotto il profilo metodologico, nella documentazione agli atti si fa riferimento ad un panel *single source* nella disponibilità di Nielsen del quale non vengono fornite informazioni di dettaglio anche per quel che concerne le modalità di reclutamento dei soggetti. Tale elemento acquista una particolare rilevanza ove si consideri che il panel dovrebbe consentire una correzione statistica rispetto ai dati posseduti da Facebook e alle approssimazioni prodotte. La stessa Facebook, nel documento sui risultati economico finanziari del primo trimestre 2018, ha precisato, in merito ai possibili *account* duplicati e falsi, che questi sono molto difficili da misurare “[...] è possibile che il numero di *account duplicati e falsi possa variare in modo significativo rispetto alle nostre stime*”;

RILEVATA, alla luce delle evidenze emerse dall'esame della documentazione agli atti e dei profili di possibile criticità rilevati, la necessità di procedere ad ulteriori approfondimenti finalizzati alla verifica della congruità della metodologia utilizzata da Audiweb nell'ambito del progetto “*Audiweb 2.0*” per accertare che siano poste in essere tutte le attività necessarie ad assicurare l'attendibilità e la trasparenza del dato offerto al mercato;

RITENUTO pertanto di avviare un procedimento istruttorio che consenta, anche attraverso la partecipazione dei soggetti interessati, di acquisire ogni più utile elemento per procedere alla descritta verifica, riservandosi l'Autorità di adottare ogni più idonea misura per assicurare l'univocità e la condivisione del dato;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

Art. 1

Avvio del procedimento istruttorio

1. È avviato un procedimento istruttorio avente ad oggetto, nei termini e ai fini di cui in premessa:
 - a) il monitoraggio continuativo del processo di implementazione in atto per adeguare il livello di trasparenza, sia sotto il profilo delle metodologie di rilevazione, sia sotto quello dell'elaborazione dati. Ciò in particolare postula la necessità di una verifica della metodologia di produzione del dato;
 - b) la valutazione dell'impatto della nuova attività di rilevazione sull'efficacia e attendibilità del dato, nonché sulla tempistica di produzione delle informazioni rispetto alle richieste del mercato.
2. Il responsabile del procedimento è l'avv. Benedetta Alessia Liberatore, Direttore della Direzione contenuti audiovisivi.
3. Il termine di conclusione del procedimento è di 60 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento sul sito *web* dell'Autorità, fatte salve le sospensioni per le richieste di informazioni e documenti, calcolate sulla base delle date dei protocolli dell'Autorità in partenza e in arrivo. I termini del procedimento possono essere prorogati con determinazione motivata.

La presente delibera è notificata alla società Audiweb e pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 6 giugno 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecchi