

DELIBERA N. 85/06/CSP

ATTO DI INDIRIZZO SULLA RILEVAZIONE DEGLI INDICI DI ASCOLTO E DI DIFFUSIONE DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i Servizi e i Prodotti del 16 maggio 2006;

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’articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11);

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “ Testo unico della radiotelevisione”, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 208 del 7 settembre 2005 - Supplemento Ordinario;

VISTO il programma di lavoro, approvato dalla Commissione per i Servizi e i Prodotti nella riunione del 14 luglio 2005, finalizzato al miglioramento del funzionamento del sistema di rilevazione degli indici di ascolto secondo criteri di correttezza, trasparenza ed apertura alle nuove tecnologie;

VISTA la delibera n. 372/05/CONS del 16 settembre 2005 con cui è stata approvata la convenzione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l’Istituto Nazionale di Statistica per lo svolgimento di uno studio metodologico sulla qualità dell’informazione statistica diffusa dall’indagine sugli ascolti televisivi;

VISTA l’indagine tecnica del Servizio per le Tecnologie dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni relativa alle nuove piattaforme trasmissive e alla loro incidenza sugli indici di ascolto;

VISTE le risultanze delle audizioni sugli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione effettuate dall’Autorità nel periodo novembre-dicembre 2005;

CONSIDERATO che, ai sensi dell’articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11), della legge n. 249 del 1997, l’Autorità vigila sulla correttezza delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione rilevati da altri soggetti, effettuando verifiche sulle metodologie utilizzate e riscontri sulla veridicità dei dati pubblicati, nonché sui monitoraggi delle trasmissioni televisive e sull’operato delle

imprese che svolgono le indagini e che laddove la rilevazione degli indici di ascolto non risponda a criteri universalistici del campionamento rispetto alla popolazione o ai mezzi interessati, l'Autorità può provvedere ad effettuare le rilevazioni necessarie;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante il "Testo unico della radiotelevisione", sono principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva; a norma del successivo articolo 4, la disciplina del sistema radiotelevisivo garantisce l'accesso dell'utente, secondo criteri di non discriminazione, ad un'ampia varietà di informazione e di contenuti offerti da una pluralità di operatori nazionali e locali, favorendo a tal fine la fruizione e lo sviluppo, in condizioni di pluralismo e libertà di concorrenza, delle opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica; ai sensi del successivo articolo 5, il sistema radiotelevisivo, a garanzia del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, si conforma ai principi di tutela della concorrenza e del pluralismo dei mezzi di comunicazione, anche assicurando la massima trasparenza degli assetti societari;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del citato Testo unico della radiotelevisione, la materia degli indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi assume rilievo anche in relazione alla competenza dell'Autorità di verificare che non si costituiscano, nel sistema integrato delle comunicazioni e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti;

CONSIDERATO quanto rilevato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato nell'"Indagine conoscitiva sul settore televisivo: la raccolta pubblicitaria" del 16 novembre 2004, secondo la quale *"La rilevazione degli ascolti costituisce un elemento importante ai fini della determinazione della struttura concorrenziale nella raccolta pubblicitaria televisiva. Essa infatti rappresenta la convenzione su cui si regolano gli scambi commerciali tra gli operatori. E' dunque indispensabile che tale convenzione sia condivisa ex-ante da tutti gli operatori e che venga sistematizzata attraverso meccanismi che garantiscano la trasparenza e l'indipendenza della rilevazione. L'esistenza di dati univoci e condivisi da tutti gli operatori è pertanto un requisito imprescindibile al corretto funzionamento della domanda e dell'offerta di inserzioni pubblicitarie televisive. In Italia, la rilevazione degli ascolti televisivi è condotta da una società, Auditel, il cui controllo è detenuto dai due principali operatori pubblicitari, RAI e Fininvest. Tale organizzazione del mercato, che risulta difforme da quella degli altri Paesi europei, appare inidonea a fornire i corretti incentivi alle condotte della medesima società, e come tale capace di determinare un esito staticamente e dinamicamente inefficiente, con possibili effetti negativi nel collegato mercato della raccolta pubblicitaria televisiva"*;

CONSIDERATO che le risultanze delle audizioni svolte dall'Autorità, in relazione all'attuale sistema di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione, hanno posto in risalto quali elementi di criticità, la possibile mancanza di obiettività della ricerca derivante dalla struttura proprietaria ed organizzativa dei soggetti realizzatori, la possibile inadeguatezza dell'attuale sistema di rilevazione in relazione alle nuove tecnologie trasmissive, la possibile inadeguatezza del campione utilizzato rispetto alle diverse offerte, la possibilità di discriminazioni a scapito di alcune tipologie di emittenti, la possibile inadeguatezza dei criteri di iscrizione alle indagini delle emittenti radiofoniche, in relazione alle tipologie previste dalla legge, l'assenza di rilevazione degli indici di diffusione della stampa gratuita;

CONSIDERATO che dall'indagine tecnica sulle nuove piattaforme trasmissive si rileva che la penetrazione nel mercato dell'offerta di contenuti su piattaforme televisive digitali è stimabile in oltre il 30% delle famiglie alla fine del 2005, ed è in costante crescita;

CONSIDERATA l'esigenza di formulare appropriati indirizzi relativi alla organizzazione dei soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione e alle metodologie utilizzate, al fine di garantire più efficacemente i principi di correttezza, indipendenza e neutralità tecnologica, nonché l'esigenza di migliorare l'attuale sistema di rilevazione in termini di adeguatezza della campionamento rispetto alla popolazione e ai mezzi interessati, anche alla luce dell'avvento delle nuove tecnologie trasmissive;

CONSIDERATO che l'attuale sistema di rilevazione degli indici di ascolto televisivo in Italia si fonda sul modello organizzativo, prevalentemente utilizzato a livello europeo, basato sulla ripartizione del capitale azionario delle società che realizzano le indagini, tra impresa televisiva pubblica, imprese televisive private ed investitori pubblicitari (c.d. formula del JIC- *Joint Industry Committees*);

CONSIDERATO che il modello di organizzazione di cui sopra, al fine di assicurare la massima correttezza e trasparenza delle rilevazioni e la concorrenza tra le imprese televisive, deve coniugare il principio di efficienza con i principi di equità e non discriminazione;

RITENUTO, pertanto, che i soggetti che realizzano le indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione devono promuovere l'allargamento delle proprie compagini societarie al fine di renderle effettivamente rappresentative dell'intero settore di riferimento e, per quanto concerne il comparto televisivo, anche delle emittenti che offrono contenuti sulle nuove piattaforme digitali,

impegnandosi a conseguire tale rappresentatività anche nella composizione degli organi di gestione dell'impresa;

CONSIDERATO, altresì, che al fine di assicurare i predetti principi di equità e non discriminazione è necessario che i comitati tecnici godano di una effettiva indipendenza nell'esercizio dei poteri di indirizzo e gestione delle attività scientifiche e metodologiche della ricerca, anche attraverso opportune modifiche degli statuti societari dei soggetti realizzatori;

CONSIDERATO che nella rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione la composizione e la struttura del campione dovrebbero rispondere ai criteri universalistici del campionamento rispetto alla popolazione e ai mezzi interessati, rispecchiando fedelmente la struttura dei rispettivi mercati;

CONSIDERATO, in particolare, che per la rilevazione degli indici di ascolto televisivi, la struttura e la composizione del campione deve altresì corrispondere al grado di penetrazione di ciascuna piattaforma televisiva e alle abitudini di fruizione delle nuove offerte multicanale, nell'attuale contesto di crescita del numero di canali tematici dedicati a diversi *target* della popolazione, con differenti tipologie di offerta dei contenuti (offerte *basic*, *premium*, canali tematici, *pay per view*);

CONSIDERATO, inoltre, che nella rilevazione degli indici di ascolto radiofonici le indagini hanno l'obiettivo di consentire alle emittenti di attingere nel breve periodo le informazioni utili per la composizione dei palinsesti e la raccolta pubblicitaria e che, a tal fine, sarebbe opportuno impiegare sistemi di rilevazione tecnologicamente evoluti, offrendo in tal modo al mercato rilevazioni più frequenti e in grado di tenere conto delle diverse tipologie di emittenti radiofoniche esistenti; che, inoltre, data la strutturazione del mercato radiofonico in emittenti radiofoniche pubbliche e private, emittenti nazionali e locali e circuiti di emittenti radiofoniche locali o *syndications*, si rende opportuna una più puntuale definizione delle emittenti oggetto dell'indagine, improntando le procedure di iscrizione delle emittenti a criteri di particolare rigore che tengano conto delle diverse tipologie di emittenza radiofonica e dell'utilizzazione dei marchi e delle denominazioni secondo le disposizioni normative vigenti;

CONSIDERATO, infine, che i soggetti realizzatori, adeguando la propria condotta a quella delle società di rilevazione della maggior parte dei Paesi europei, hanno provveduto all'inclusione della stampa quotidiana gratuita;

RITENUTO che, ai fini dell'esercizio della funzione di vigilanza attribuita all'Autorità, è opportuno prevedere che i soggetti che effettuano le rilevazioni degli indici di ascolto e di diffusione rendano pubblica e disponibile sul sito Internet dell'Autorità

per le garanzie nelle comunicazioni una “nota informativa” con la specifica indicazione delle metodologie adottate per la realizzazione della ricerca ed ogni elemento utile al fine di consentire la verifica della rispondenza effettiva della metodologia utilizzata ai criteri universalistici del campionamento della popolazione e la trasparenza della ricerca;

CONSIDERATO che con la convenzione approvata con delibera n. 372/05/CONS l’Autorità ha affidato all’ISTAT l’incarico, di durata biennale, di effettuare studi metodologici per la definizione e implementazione di strumenti utili alla realizzazione di un sistema integrato per la certificazione e il controllo della qualità della rilevazione sugli ascolti televisivi;

CONSIDERATO che l’Autorità si riserva, pertanto, di effettuare verifiche ed analisi del sistema di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione, avvalendosi del sistema messo a punto dall’ISTAT per il controllo di qualità della predetta rilevazione;

CONSIDERATO che resta salva la facoltà dell’Autorità, ai sensi dell’articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11), di provvedere ad effettuare le rilevazioni necessarie laddove la rilevazione degli indici di ascolto, anche a seguito della verifica effettuata, risulti non rispondente ai criteri universalistici del campionamento rispetto alla popolazione o ai mezzi di diffusione interessati;

RITENUTO di dover adottare un primo atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e diffusione dei mezzi di comunicazione ;

UDITA la relazione dei Commissari Giancarlo Innocenzi Botti e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell'articolo 29 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

(Definizioni)

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:
 - a) “Autorità”: l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

b) “*indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione*”: la stima del numero di ascoltatori/telespettatori/lettori, rispettivamente di una trasmissione radiofonica, televisiva o di una testata giornalistica della stampa quotidiana o periodica;

c) “*panel*”: tipo di campione utilizzato per rilevazioni continuative;

d) “*meter*” (*rilevatore elettronico*): strumento elettronico, collegato ad ogni televisore presente nella famiglia campione, in grado di effettuare una rilevazione automatica, giorno per giorno, minuto per minuto, degli ascolti televisivi;

e) “*soggetto realizzatore*”: ogni persona fisica o giuridica che ha la responsabilità dell’organizzazione e/o della realizzazione dell’indagine sugli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione;

Articolo 2

(Organizzazione dei soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione)

1. I soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione assicurano l’effettivo accesso alla propria compagine societaria in modo da conseguire la massima rappresentatività dei rispettivi mercati, anche in relazione alla progressiva affermazione delle nuove piattaforme digitali.
2. Ai fini di cui al comma 1, i soggetti realizzatori assicurano una equa ripartizione del capitale sociale, ed ispirano alla massima rappresentatività la composizione degli organi di gestione dell’impresa.
3. I soggetti realizzatori garantiscono l’indipendenza gestionale e metodologica dei rispettivi comitati tecnico-scientifici, attraverso il riconoscimento ad essi della più ampia autonomia deliberativa e discrezionalità tecnica. L’Autorità si riserva la facoltà di designare propri rappresentanti in seno a detti comitati.
4. I soggetti realizzatori sono tenuti a comunicare all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni il proprio assetto proprietario nonché, qualora in detto elenco figurino delle società, l’assetto di queste ultime, lo statuto e le sue variazioni, la composizione degli organi amministrativi e di rappresentanza legale.
5. Coloro che esercitano il controllo sui soggetti realizzatori di cui al comma precedente sono tenuti a darne comunicazione mediante una dichiarazione contenente l’indicazione del fatto o del negozio che ha determinato l’acquisizione del controllo stesso.

6. Le comunicazioni di cui al comma 4 non sono dovute qualora già regolarmente trasmesse all'Autorità ai fini dell'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione.

7. Le comunicazioni di cui ai commi 4 e 5 vanno effettuate nei termini e con le modalità di cui all'art. 6, commi 2 e 3.

Articolo 3

(Criteri metodologici per la ricerca dell'ascolto televisivo)

1. Al fine di soddisfare i requisiti universalistici del campionamento rispetto alla popolazione e ai mezzi interessati, di cui all'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, la rilevazione degli indici di ascolto televisivi deve tenere conto del tasso di penetrazione delle nuove piattaforme digitali terrestri, via satellite e via cavo.

2. Ai fini di cui al comma 1, la composizione e il dimensionamento del panel per la rilevazione dell'ascolto televisivo devono rispecchiare quanto più fedelmente possibile il tasso di penetrazione delle diverse offerte televisive analogiche e digitali, comprese quelle diffuse via satellite e via cavo, anche attraverso un criterio di maggior rotazione del campione e mantenendo i margini di errore delle stime di ascolto a livelli statisticamente accettabili.

3. I *meter* impiegati nella ricerca devono essere in grado di rilevare i programmi trasmessi con tecnologia digitale attraverso piattaforme terrestri, via satellite e via cavo, mediante ogni opportuno accorgimento tecnico che consenta di effettuare una rilevazione universale, anche dei canali liberamente accessibili, indipendentemente da codici telematici di riconoscimento eventualmente utilizzati dalle emittenti.

Articolo 4

(Criteri metodologici per la ricerca dell'ascolto radiofonico)

1. Al fine di garantire la valorizzazione e la promozione dell'ascolto radiofonico, caratterizzato da un'elevata qualità e quantità di programmi informativi e di intrattenimento e da un'offerta pluralistica e multiforme, le società di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici, nella salvaguardia della obiettività e affidabilità dell'indagine, promuovono il perfezionamento degli strumenti di raccolta dei dati anche al fine di assicurare rilevazioni più frequenti e aggiornate sulle diverse tipologie di emittenti radiofoniche previste dalla legge.

2. Al fine di garantire la trasparenza delle indagini sull'ascolto radiofonico, tenuto conto della composizione del mercato radiofonico in diverse tipologie di emittenti, alle quali corrispondono diversi obblighi di legge, le procedure di iscrizione delle emittenti alle indagini sugli indici di ascolto devono conformarsi a criteri di particolare rigore. In particolare, le società curano che l'iscrizione avvenga sulla base di una precisa classificazione delle emittenti in relazione alla tipologia di appartenenza, all'ambito territoriale di irradiazione al quale l'emittente è autorizzata, alle ore di programmazione comune per i circuiti o *syndications* nel rispetto dei limiti temporali previsti dalla legge, alla denominazione dell'emittente nel rispetto delle norme vigenti in materia di utilizzazione del marchio radiofonico.

3. Le società di rilevazione degli indici di ascolto tengono conto dell'evoluzione dei sistemi di misurazione dell'*audience* radiofonico anche in relazione all'innovazione tecnologica.

Articolo 5

(Criteri per la rilevazione degli indici di lettura della carta stampata)

1. Le società realizzatrici delle indagini sugli indici di lettura della stampa quotidiana e periodica curano che la rilevazione comprenda anche la stampa diffusa gratuitamente, ove necessario disponendo apposite metodologie che tengono conto della diverse modalità di distribuzione della stampa gratuita rispetto a quella a pagamento.

Articolo 6

(Pubblicazione e trasparenza delle informazioni)

1. Le società che effettuano le rilevazioni degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione sono tenute a comunicare, ai fini della sua pubblicazione sul sito Internet dell'Autorità (<http://www.agcom.it>), una "nota informativa" contenente le seguenti indicazioni minime:

- a) i dati anagrafici generali della società che realizza l'indagine;
- b) la metodologia utilizzata;
- c) la consistenza del campione oggetto dell'indagine;
- d) le modalità di rilevazione e l'eventuale margine di errore per categoria;

- e) il periodo della rilevazione;
- f) il costo di accesso ai singoli servizi di rilevazione;
- g) l'indirizzo del sito internet o altro mezzo ove è reperibile il documento recante l'esposizione dell'intera metodologia utilizzata.

2. La pubblicazione dei dati di cui al comma 1 deve avvenire, per le società che già effettuano le rilevazioni degli indici di ascolto televisivo e radiofonico e degli indici di diffusione della carta stampata, entro 60 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento. Per le società di nuova costituzione l'adempimento dovrà essere assolto entro dodici mesi dall'avvio delle attività di ricerca.

3. Ogni variazione dei dati di cui al comma 1, successiva alla prima pubblicazione, deve essere comunicata con le medesime modalità entro 60 giorni dal fatto. In ogni caso, entro il 31 dicembre di ogni anno, dovrà essere trasmessa all'Autorità una dichiarazione che attesti l'assenza di variazioni rispetto a quanto in precedenza comunicato.

4. L'Autorità adotta le misure attuative intese ad ottimizzare l'acquisizione, l'elaborazione e la gestione delle informazioni richieste nel presente provvedimento.

Articolo 7

(Vigilanza)

1. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sul recepimento del presente atto di indirizzo da parte dei soggetti realizzatori delle rilevazioni degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione.

2. L'Autorità si riserva di provvedere ad effettuare le rilevazioni necessarie laddove la rilevazione degli indici di ascolto, anche a seguito delle attività di verifica poste in essere, risulti non rispondente ai criteri universalistici del campionamento rispetto alla popolazione o ai mezzi interessati.

Articolo 8

(Sanzioni)

1. I soggetti realizzatori che nelle comunicazioni di cui agli articoli 2, commi 4 e 5, e 6 espongono fatti non rispondenti al vero sono sanzionati ai sensi dell'art. 1, comma 29, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

2. I soggetti realizzatori che non provvedono alle comunicazioni di cui agli articoli 2, commi 4 e 5, e 6 sono sanzionati ai sensi dell'art. 1, comma 30, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Il presente provvedimento è pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, nel Bollettino ufficiale dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ed è reso disponibile nel sito *web* della stessa Autorità: www.agcom.it.

Napoli, 16 maggio 2006

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Giancarlo Innocenzi Botti

IL COMMISSARIO RELATORE
Sebastiano Sortino

per attestazione di conformità a quanto deliberato
per IL SEGRETARIO GENERALE
M. Caterina Catanzariti