



**Lorenzo Sassoli
de Bianchi**
PRESIDENTE AUDITEL

Da oltre quarant'anni disponiamo di uno strumento prezioso per misurare l'impatto della televisione, comprenderne l'efficacia e stabilire un contatto autentico con il pubblico: si chiama Auditel, ma a me piace definirlo "Audi-Tell", come una voce che ascolta e racconta, riflettendo la nostra società attraverso lo specchio della TV.

Auditel si basa su un campione di 16.100 famiglie che testimoniano, silenziosamente, l'evoluzione dei nostri costumi, dei nostri sogni e delle nostre identità. Attraverso i "meter" ospitati nelle case, Auditel registra i canali scelti, il tempo dedicato, le preferenze che emergono. Non spia né viola la privacy. E trasforma le scelte quotidiane in un contributo collettivo che orienta investimenti, strategie editoriali e, in definitiva, la stessa cultura popolare. È un vero e proprio racconto vivo del nostro tempo. Lo è ancor oggi, a settant'anni dalla nascita della televisione che, anche grazie alle sue nuove declinazioni, continua a occupare un posto centrale nel nostro immaginario. Negli ultimi anni, però, attorno alla TV, il mondo si è frammentato. I telefonini trillano, le chat lampeggiano, i messaggi vibrano in una sinfonia di connessioni continue, facendo emergere la necessità di una rilevazione integrata e capace di abbracciare, oltre la televisione, l'intero ecosistema dei media.

Ecco la ragione che ci ha condotti qui: la volontà di costruire un sistema che dia ordine a questa complessità e valore a ciò che viene creato. Per la prima volta le Audi del nostro Paese non sono più isole disperse in un oceano di dati, non più "Rari nantes in gurgite vasto", navigatori solitari in un mare in tempesta, ma una flotta che solca lo stesso orizzonte. Un'alleanza che non si limita a raccogliere i numeri ma li armonizza, li rende trasparenti, li trasformerà in una

mappa condivisa capace di raccontare l'intero ecosistema dei media con una sola voce.

È un nuovo inizio. Non una rivoluzione improvvisa, ma una costruzione paziente che poggia sulla volontà di chi sa guardare oltre i confini, oltre il presente. Finché questa sinergia resterà salda, senza voci fuori dal coro, sarà un bene collettivo, una non formalizzata “Federazione delle Audi”, un’infrastruttura di misurazione condivisa, integrata e trasparente che permetterà a ogni singolo attore di competere con regole certe e tutela della concorrenza nell’interesse generale del Paese.

In un mondo sempre più frammentato sapere chi siamo, cosa guardiamo, cosa ascoltiamo, cosa leggiamo, come ci raccontiamo è più di una sfida, è la chiave per dare valore al tempo, al mercato, alla cultura. È l’occasione per trasformare il rumore del mondo in una narrazione chiara, forte e necessaria.

C’era un tempo ordinato e prevedibile, scandito dal battito regolare della televisione: fiction la domenica, film il lunedì, quiz il giovedì, varietà il sabato. La sera aveva un ritmo, la settimana un’architettura. Ma quell’antico ordine è, irrimediabilmente, sovvertito. Se ancor oggi la TV resta centrale, è perché è stata veloce nell’adattarsi al nuovo ecosistema e nel proporsi su tutti i device attraverso i quali ciascuno costruisce il proprio palinsesto personale su schermi di ogni dimensione. I consumi video e audio, la fruizione dei contenuti digitali, i formati pubblicitari evolvono a velocità mai viste imponendo continui adeguamenti tecnologici e normativi.

Se il mondo si frammenta serve qualcuno che lo ricomponga a beneficio del mercato per far sì che ogni attore giochi la propria partita su un campo leale e regolato.

Nel nostro Paese pulsano oltre 100 milioni di schermi connessi tra cui 50 milioni di smartphone e 23 milioni di smart TV che hanno superato i televisori tradizionali. Ogni famiglia ha in media cinque finestre sul mondo.

Così, mentre una volta Auditel misurava 20-30 milioni di apparati televisivi oggi, con il nuovo standard di Total Audience, segue le persone ovunque, trasformando la dispersione in un disegno leggibile.

In uno scenario così dinamico i dati Auditel attendibili, confrontabili e tempestivi permettono di allocare con intelligenza gli investimenti evitando dispersioni e sovrapposizioni, a beneficio di chi produce contenuti, di chi pianifica la pubblicità, di chi regola il settore e, soprattutto, del pubblico. Se l'obiettivo è la qualità dell'offerta, abbiamo bisogno di regole comuni, tecnologie aggiornate e una formazione costante che permetta di adattarsi a innovazioni rapide e continue.

È con questo spirito che Auditel ha contribuito a promuovere l'incontro odierno, per favorire un sistema integrato di ricerche sulle audience, andando oltre le singole metriche e gettando le basi per la "Total Campaign", la misurazione onnicomprensiva delle performance pubblicitarie su tutti i mezzi, che consentirà di comprendere il reale contributo di ciascuna piattaforma al successo di una campagna.

Presupposto della "Total Campaign" è il CUSV, il Codice Unico di tracciamento per spot e x-roll, uno strumento che permette di mappare in maniera precisa e uniforme le campagne su qualsiasi



piattaforma vengano erogate, restituendo una misurazione credibile e comparabile. Imprescindibile, in tale prospettiva, il “*rafforzamento delle piattaforme di analisi dei dati pubblicitari*” quale “*passaggio necessario per la credibilità del sistema*”, come ha sottolineato Marco Travaglia.

Immerso nella scenografia dei “Sei personaggi”, mi tornano in mente le parole di Pirandello: “*Nulla è più complicato della sincerità*”. Sì, le sfide che ci attendono sulla strada della collaborazione e, appunto, della sincerità, ossia della bontà dei dati, sono grandi e complesse; ma, se uniamo le forze, non impossibili.

Il nostro obiettivo è chiaro: da un lato, definire metriche standard e condivise anche a livello europeo; dall’altro, non perdere di vista il fine ultimo di questi sforzi, ovvero restituire valore ai contenuti e garantire una sana e trasparente concorrenza. Tutto questo nello spirito del Media Freedom Act e sotto la guida sicura di AgCom che oggi ci onora della sua presenza con il Presidente Giacomo Lasorella. Grazie Presidente per aver accettato l’invito!

**Un sistema di ricerche integrato,
come ogni grande costruzione richiede
armonia, perché solo mettendo in
relazione le nostre prospettive potremo,
finalmente, vedere l’intero quadro.**

Io, come sempre, sono fiducioso. Questo primo incontro condiviso è davvero un bell’inizio. Buon lavoro a tutti!