

**MediaTelling**  
2025

audioutdoor

AUDIRADIO

Auditel

AUDIMOVIE

Audicom

## Convergenze nelle rilevazioni del sistema audi

Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

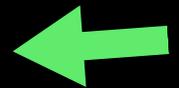
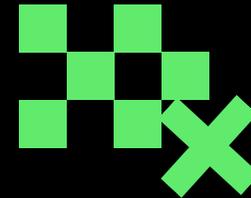
**Marco Travaglia**  
Presidente UPA/Audicom



# Agenda



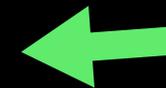
Marco Travaglia	AUDICOM
Giovanna Maggioni	AUDIOOUTDOOR
Giorgio De Rita	CENSIS
Antonio Martusciello	AUDIRADIO
Massimo Martellini	AUDIMOVIE
Francesca Lazzeri	MICROSOFT
Lorenzo Sassoli de Bianchi	AUDITEL
Giacomo Lasorella	AGCOM



«Ricerca Integrata»  
**AUDICOM**



# Digital e print: il valore del contesto



## TOTAL DIGITAL AUDIENCE NEL 2024



TOTAL DIGITAL AUDIENCE  
(2+ anni)



PC  
(2+ anni)



MOBILE  
(18 - 74 anni)

NEL MESE

44,4 mln

76,1% popolazione

27,2 mln

46,6% popolazione

40,2 mln

94,3% popolazione

GIORNO MEDIO

37,1 mln

63,6% popolazione

10,9 mln

18,6% popolazione

34,9 mln

81,9% popolazione

Fonte: Total Digital Audience Media 2024 e confronto con MEDIA 2023 - Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

BASE: Total digital audience e PC = Individui dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Individui di 18-74 anni.

## READERSHIP DATA 2024/III



CARTA E/O REPLICA

STAMPA NEL COMPLESSO  
ULTIMI 30 GIORNI

31,0 mln

59,2% popolazione

QUOTIDIANI NEL COMPLESSO  
GIORNO MEDIO

11,1 mln

21,2% popolazione

PERIODICI NEL COMPLESSO  
ULTIMO PERIODO

13,1 mln

24,9% popolazione

Fonte: Audicom, sistema Audipress 2024/III; Lettori Stampa (Quotidiani e/o Periodici) nel complesso negli ultimi 30 giorni; Lettori Quotidiani nel complesso G.M.; Lettori Periodici nel complesso Ultimo Periodo; v.a. x 1000 e % di penetrazione

Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano



# Ecosistema di rilevazione delle audience



OGGI

## Sistema Audiweb

audience dei contenuti editoriali  
via web browsing, mobile app  
e player video

## AUDICOM 2025

nuovo JIC Digital + Print

ricerca integrata sulla fruizione  
di contenuti multimediali,  
editoriali e/o pubblicitari, fruiti  
via internet e mediante stampa  
quotidiana e periodica



## Sistema Audipress

dati di readership di quotidiani,  
supplementi di quotidiani, settimanali  
e mensili





# Joint industry committee



Garanzia di **imparzialità** e rappresentazione delle **esigenze del mercato**  
I dati del JIC sono la **CURRENCY**



FEDERAZIONE ITALIANA  
EDITORI GIORNALI

24,87%

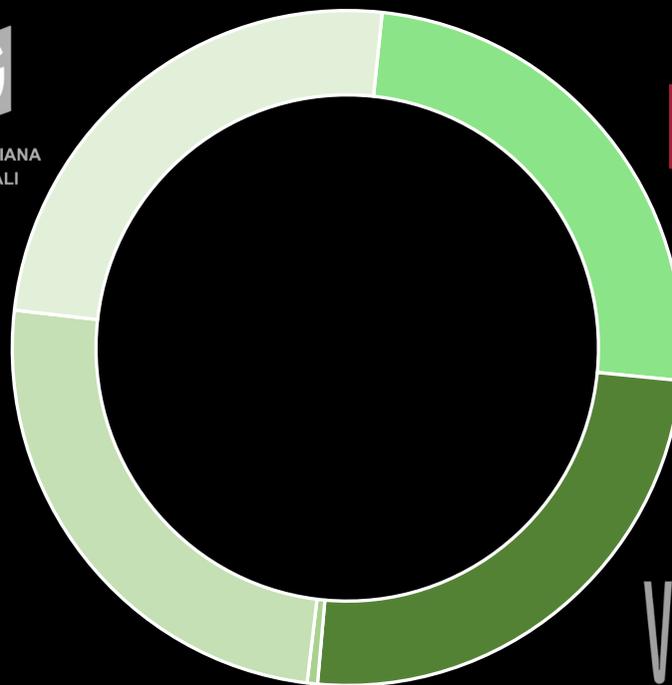


UTENTI  
PUBBLICITÀ  
ASSOCIATI

24,87%



24,87%



Auditel  
0,5%



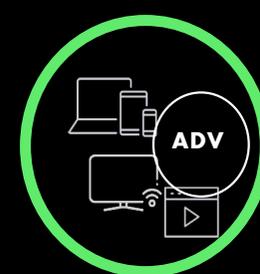
Aziende della  
Comunicazione  
Unite

24,87%



Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

# Ricerca integrata: topics



## Dato unico Digital&Print

deduplicato, per tutti gli editori che operano sui due sistemi

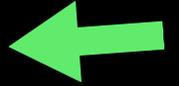
## SDK Video unico e CTV

consumi video digital anche su CTV, rilevati in sinergia con Auditel

## Post Censuaria

rilevazione censuaria delle "views" delle campagne adv video

# Main pillars



Ricerca di base



Audicom Panel



Audicom CAPI / CAWI



Audicom Census



Identity Engine



Audicom CTV





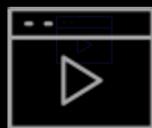
# Interoperabilità tra JIC



Specifici **asset di rilevazione** messi a fattor comune  
per **rilevazioni omogenee e confrontabili**



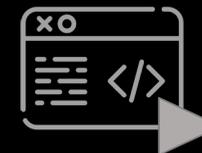
**RICERCA DI  
BASE UNICA**



**SDK VIDEO  
UNICO**



**FOCAL METER  
PANEL**

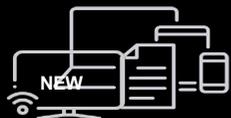


**CUSV**





# Non solo cross measurement



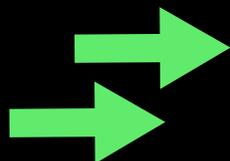
**COPERTURA COMPLETA**  
**PRINT + DIGITAL + CTV**



Dati di **Audience**  
"granulari" di tutti gli  
schermi digitali e della  
stampa



Total audience  
**DEDUPLICATA** per la  
fruizione dei contenuti  
editoriali (PRE) e  
pubblicitari (POST)



**dato volumetrico STREAM VIEWS**

vista su **TUTTE** le campagne **Digital Video ADV** tracciate con **CUSV**

tracciato **CONDIVISO** con **Auditel**

# Source of reference per:



## EDITORI E CONCESSIONARIE

- Presenza nel nastro di pianificazione
- Valorizzazione Reach & Readership
- Visibilità rispetto alla concorrenza



## AZIENDE E AGENZIE MEDIA

- Pianificazione strategica
- Valorizzazione dell'investimento
- Posizionamento rispetto al mercato





# Un futuro di innovazione e di crescita



## PASSAGGIO DI DAZN IN AUDICOM

- misurazione e produzione dati uguale a oggi (Auditel)
- reporting in Audicom a partire dalla serie A 2025/2026 (agosto 2025)

## CONFRONTO CON



# Un futuro di innovazione e di crescita



## OSSERVATORIO PLATFORM



- ampliare il perimetro di azione
- individuare un sistema di inclusione nella misurazione delle piattaforme streaming



## CONFRONTO CON



# Un futuro di innovazione e di crescita



## OSSERVATORIO PLATFORM – FASE 2



- verificare l'omogeneità/comparabilità fra misurazione censuaria SDK e alternative server-to-server
- i requisiti di misurazione e le metriche verranno date da Audicom
- i dati raccolti dalle Platform dovranno essere granulari
- prime evidenze interne attese a maggio



## CONFRONTO CON



# Roadmap



Il sem  
2025

Produzione e distribuzione dati **basati sulla nuova metodologia:**

- Audicom Digital + Print + CTV
- Audicom Post Censuaria



2026

Upgrade **impianto metodologico:**

- rilevazione **currency audience video delle Platform su tutti gli schermi**
- **Audicom POST Pubblicitaria: volumi e reach delle campagne video ADV online**



Stabilità ai dati di mercato con il mantenimento, in parallelo, dei sistemi di rilevazione esistenti

**Giovanna Maggioni**  
Presidente Audioutdoor



# Società aderenti



**A**ALESSI  
PUBBLICITÀ

affissioni  
**apa**

IGPDcaux

**IPAS**

**LOCALLEADER**

 **MEDIAMOND**

**MediaOne**

**PIKASSO ITALIA**

**pubbliesse**

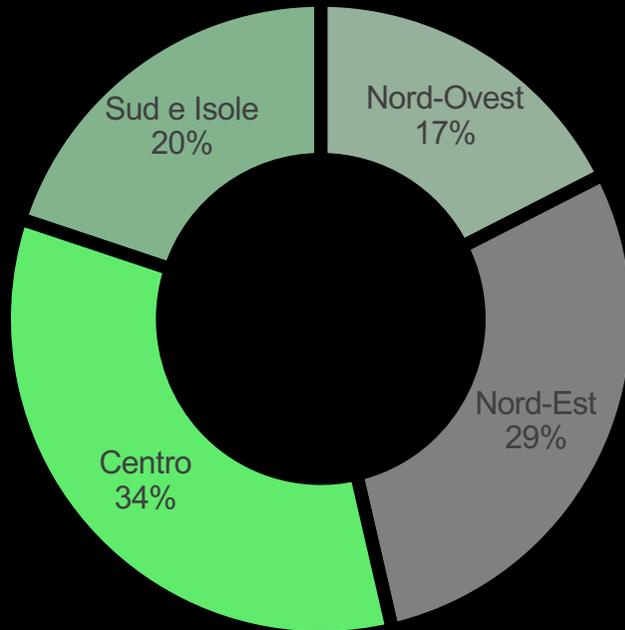
**QUADRO**  
advertising  
OUTDOOR COMMUNICATION

**SCI**  
SOCIETÀ CONCESSIONI  
INTERNAZIONALI

URBAN VISION

# L'Italia per Audioutdoor

Impianti delle società aderenti per area geografica



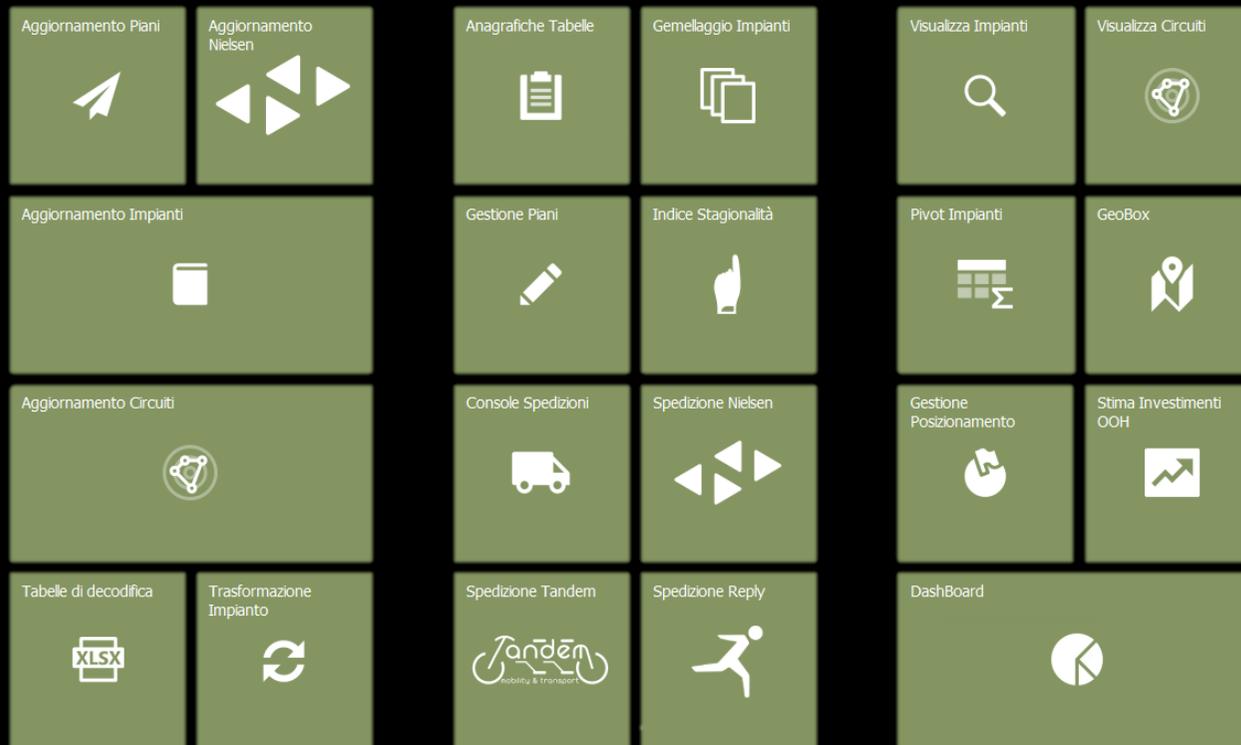
# Pre-post analisi giornaliera



Milano – aprile 2024



# Sistema informativo



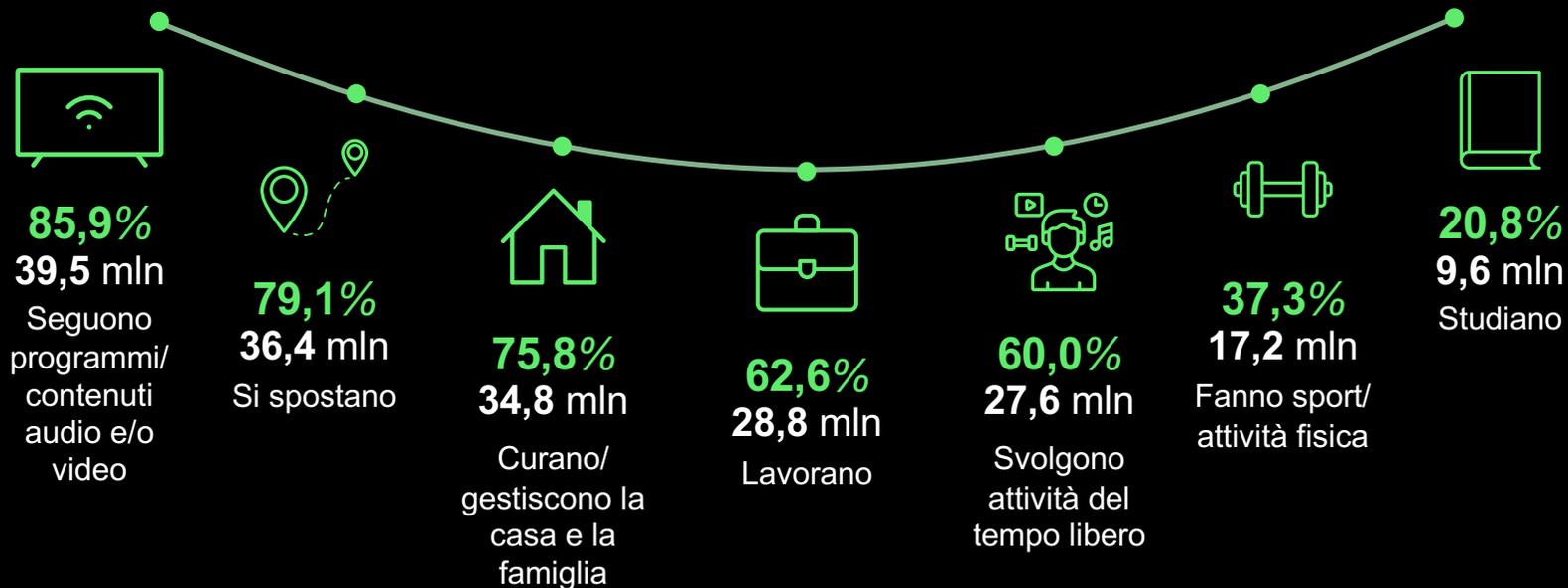
**Giorgio De Rita**  
Segretario Generale CENSIS



«L'era della **crossmedialità:**  
convergenza e integrazione  
dei mezzi di comunicazione»

# Le attività della giornata degli italiani

(val. % e v.a. in mln.)

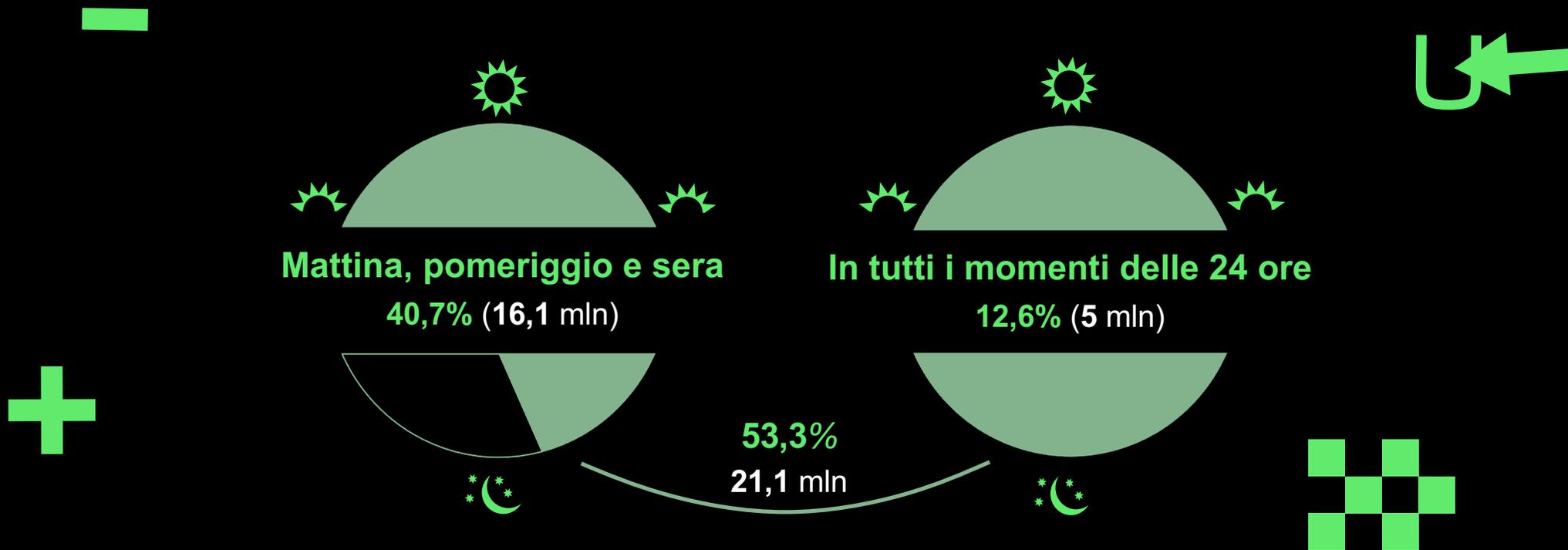


 Fonte: indagine Censis, 2025



# I più assidui consumatori di contenuti mediatici

(val. % e v.a. in mln.)



Fonte: indagine Censis, 2025

Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

# Gli schermi nelle famiglie degli italiani

(v.a. in mln.)



21,6 mln  
Televisori  
tradizionali



22,5 mln  
Smart TV



19,6 mln  
PC fissi  
e portatili



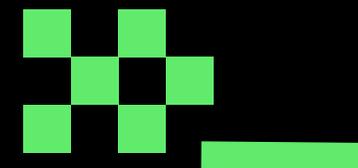
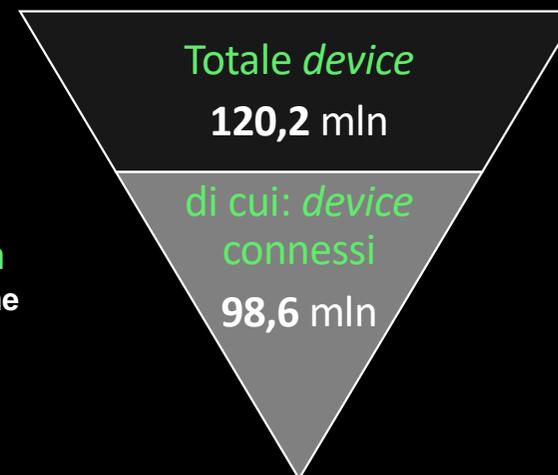
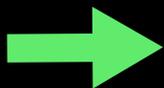
7,3 mln  
Tablet



49,2 mln  
Smartphone

44,1 mln

Apparecchi  
televisivi

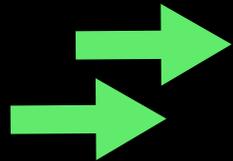


Fonte: elaborazione Censis su dati Ricerca di base Auditel, wave aprile-ottobre 2024

Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

# I consumatori di contenuti audio e/o video

(val. % e v.a. in mln.)



**17,3%**  
6,8 mln

**I tradizionalisti**



**14,1%**  
5,6 mln

**In bilico tra  
tradizione e  
modernità**



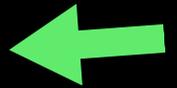
**62,7%**  
24,8 mln

**I contemporanei**



**5,9%**  
2,3 mln

**Le avanguardie**

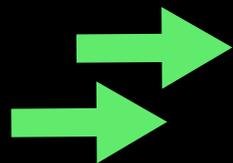


Fonte: indagine Censis, 2025



Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

# Le caratteristiche della crossmedialità



1

## Fluidità

Il **58,7%** degli italiani vuole avere la libertà di seguire i contenuti audio e/o video che lo interessano in qualsiasi luogo e momento della giornata, su qualsiasi dispositivo

2

## Tradizione

Il **56,2%** degli italiani afferma che spesso la famiglia si riunisce davanti ad uno schermo per vedere programmi e contenuti video

×

3

## Un sistema cumulativo

Il **43,2%** degli italiani afferma che da quando sono disponibili servizi di streaming video e musicali il proprio consumo di contenuti audio e/o video è aumentato



**Antonio Martusciello**  
Presidente Audiradio

**Massimo Martellini**  
Presidente Audimovie

# Audimovie ed il cinema in ottica crossmediale

Convergenze crossmediali e sinergie con le associazioni della media Industry cinematografica



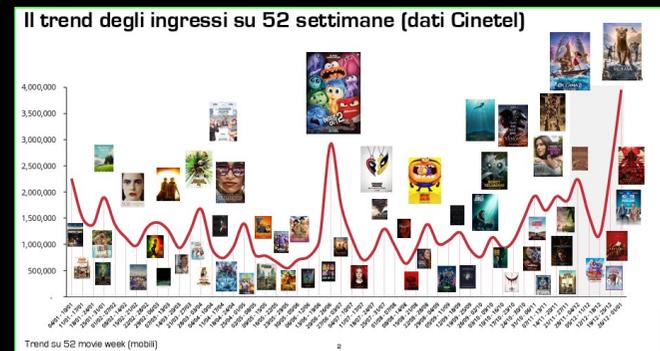
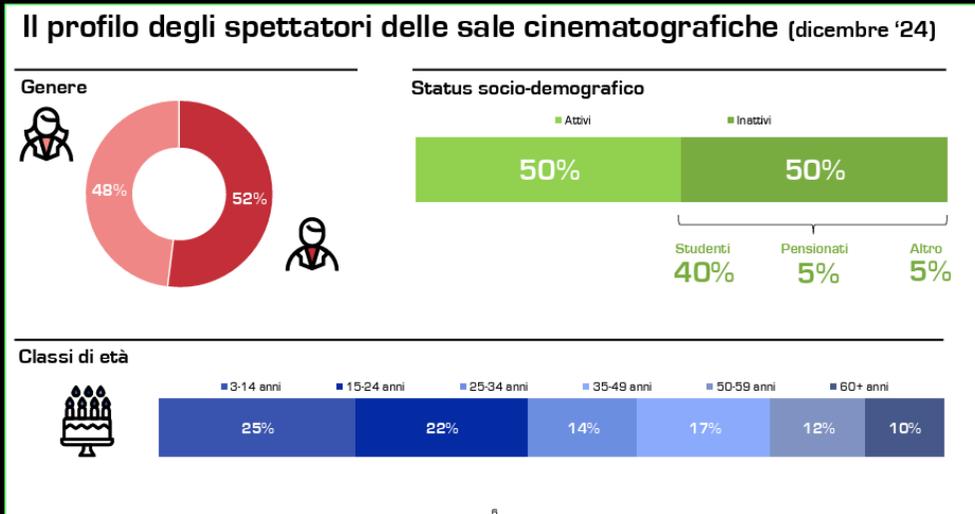
# Le presenze in sala – Dati Cinetel

The screenshot shows the Audimovie website interface. At the top, there is a navigation bar with the Audimovie logo and the text 'RICERCHE PUBBLICITÀ CINEMA'. The navigation menu includes: CHI SIAMO, STATUTO ED ORGANI, PARTNER, METODOLOGIE, AREA STAMPA, and CONTATTI. A search icon is also present. Below the navigation bar, a banner reads 'ACCEDI AI DATI SUL CINEMA IN ITALIA DATI E PRESENZE A CURA DI Cinetel'. The main content area is divided into three columns:

- Presenze al Cinema ANALISI DI SCENARIO** (Dati disponibili dal 2007):
  - TOTALE ITALIA
  - PER REGIONE
  - PER TIPOLOGIA DI COMPLESSO
  - TOP FILM – I 20 PIÙ VISTI
  - TOP COMPLESSI – I 20 PIÙ FREQUENTATI
- Presenze al Cinema ANALISI PER CONCESSIONARIA** (Dati disponibili dal 2007):
  - TOTALE ITALIA
  - PER AREA GEOGRAFICA
  - PER REGIONE
  - MAGGIORI PROVINCE
  - PER TIPOLOGIA DI COMPLESSO
  - PER CIRCUITO – TOTALE ITALIA
  - PER CIRCUITO – AREA GEOGRAFICA
  - PER CIRCUITO – DETTAGLIO COMPLESSI
- PROFILO DEGLI SPETTATORI DELLE SALE CINEMATOGRAFICHE** (Dati disponibili dal 2024):
  - REPORT MENSILE
  - ARCHIVIO

Ogni settimana disponibili sul sito Audimovie il dettagliato delle presenze in oltre 1.300 sale cinematografiche nazionali

# Il profilo degli spettatori: l'indagine Cinexpert/Cinetel



Ogni mese disponibile sul sito Audimovie un dettagliato profilo degli spettatori per variabile socio-demografica e tipologia di sala

## Gli orientamenti prospettici in sintesi



# Approfondimento sullo **scenario** di mercato



## Il cinema è in salute: numeri delle sale cinematografiche (dati Cinetel)

Nel 2024 (campione Cinetel): attivati **1.305 cinema** (+ 73 verso 2023) e **3.532 schermi** (+ 47 verso 2023)

Rispetto alle diverse tipologie di strutture:

- Le “monosala” hanno corrisposto il 9,2% degli incassi del mercato e registrato il 10,8% delle presenze
- I complessi con 2-4 schermi hanno invece registrato il 16,5% degli incassi e il 17,6% delle presenze
- Le strutture con un numero tra i 5 e i 7 schermi hanno guadagnato il 20,9% degli incassi e il 20,2% delle presenze
- I complessi con più di 7 schermi hanno infine registrato il 52,5% degli incassi totali e il 50,4% delle presenze complessive del mercato

Totali 2024								
	n. complessi	% sul tot.	N. schermi	% sul tot.	Incasso	% sul tot.	Presenze	% sul tot.
Monosale	636	48,7%	636	18,0%	45.199.391	9,2%	7.524.042	10,8%
Arene	140	10,7%	140	4,0%	4.573.909	0,9%	743.062	1,1%
2-4 schermi	288	22,1%	784	22,2%	81.348.669	16,5%	12.258.568	17,6%
5-7 schermi	116	8,9%	690	19,5%	103.479.411	20,9%	14.063.625	20,2%
Più di 7 schermi	125	9,6%	1.282	36,3%	259.376.474	52,5%	35.119.792	50,4%
Tot. Cinema	1.305	100,0%	3.532	100,0%	493.977.853	100,0%	69.709.089	100,0%

Fonte: Cinetel



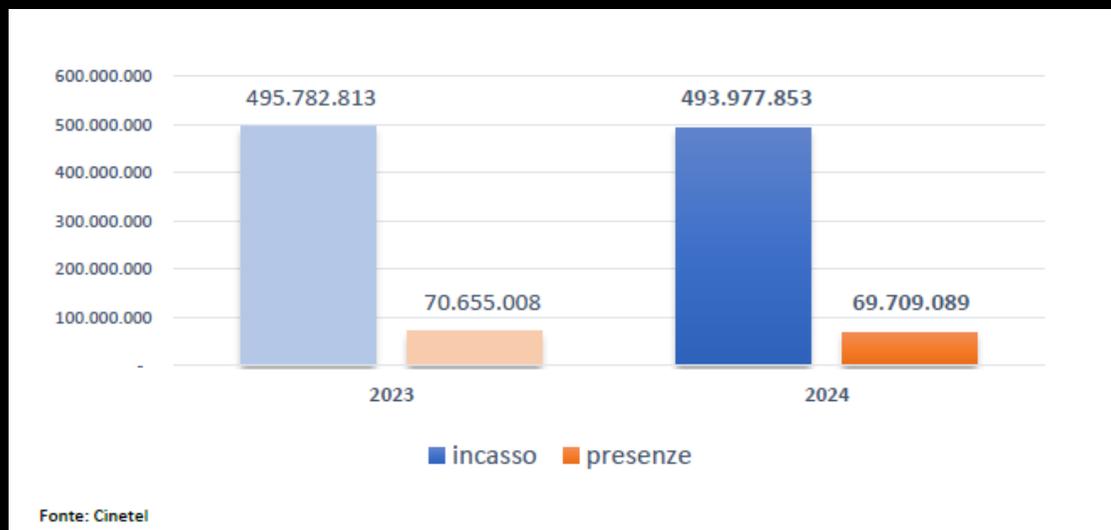
## Il cinema è in salute: le presenze 2024 (dati Cinetel)



Nell'anno **2024** al **box office** italiano si sono incassati **€ 493.977.853** per un numero di presenze in sala pari a **69.709.089** biglietti venduti

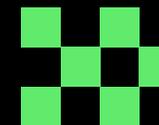
Si tratta di un risultato **in linea con l'anno precedente** nonostante l'offerta di prodotto internazionale condizionata dagli scioperi del 2023 e la forte competizione dei grandi eventi sportivi durante l'estate

Fondamentale per il raggiungimento di questo risultato di sostanziale parità con il 2023, il **ruolo della stagione estiva** che, favorita dalle iniziative promozionali e dalle attività di comunicazione - **"Cinema Revolution"** - sostenute dal Ministero della Cultura con la Direzione Generale Cinema e audiovisivo e il coordinamento di Cinecittà, è riuscita a registrare il miglior trimestre giugno-agosto nella storia del box office in termini di incassi.





## Il contesto internazionale



### Francia

Nel 2024: **181.2 milioni di ingressi** in sala – dati CNC (+ 0,5% rispetto al 2023)

Fondamentale il contributo della produzione locale con una quota del 44,4% sul totale (l'anno scorso del 40,1%)

### Germania

Nel 2024 il **box office tedesco** è invece diminuito del 7,4% rispetto al 2023.

Si è registrato un incasso totale di **817.6 milioni di €** e un numero di spettatori pari a **84.5 milioni di ingressi** (-6,4%)

### Gran Bretagna/Irlanda

Con un box office di **1,060 miliardi di £** in calo dello 0,1% rispetto al 2023 il mercato di **Gran Bretagna e Irlanda**;

Fondamentali le uscite degli ultimi due mesi dell'anno per un mercato che al 31/10 perdeva circa il 10% rispetto al 2023

### Spagna

Secondo i primi dati forniti da Comscore, il **box office spagnolo** ha registrato un incasso di **477.2 milioni di €** pari a **71 milioni di presenze**; rispetto al 2023 si tratta di una decrescita del 2,6% in incassi e del 5,5% in presenze;

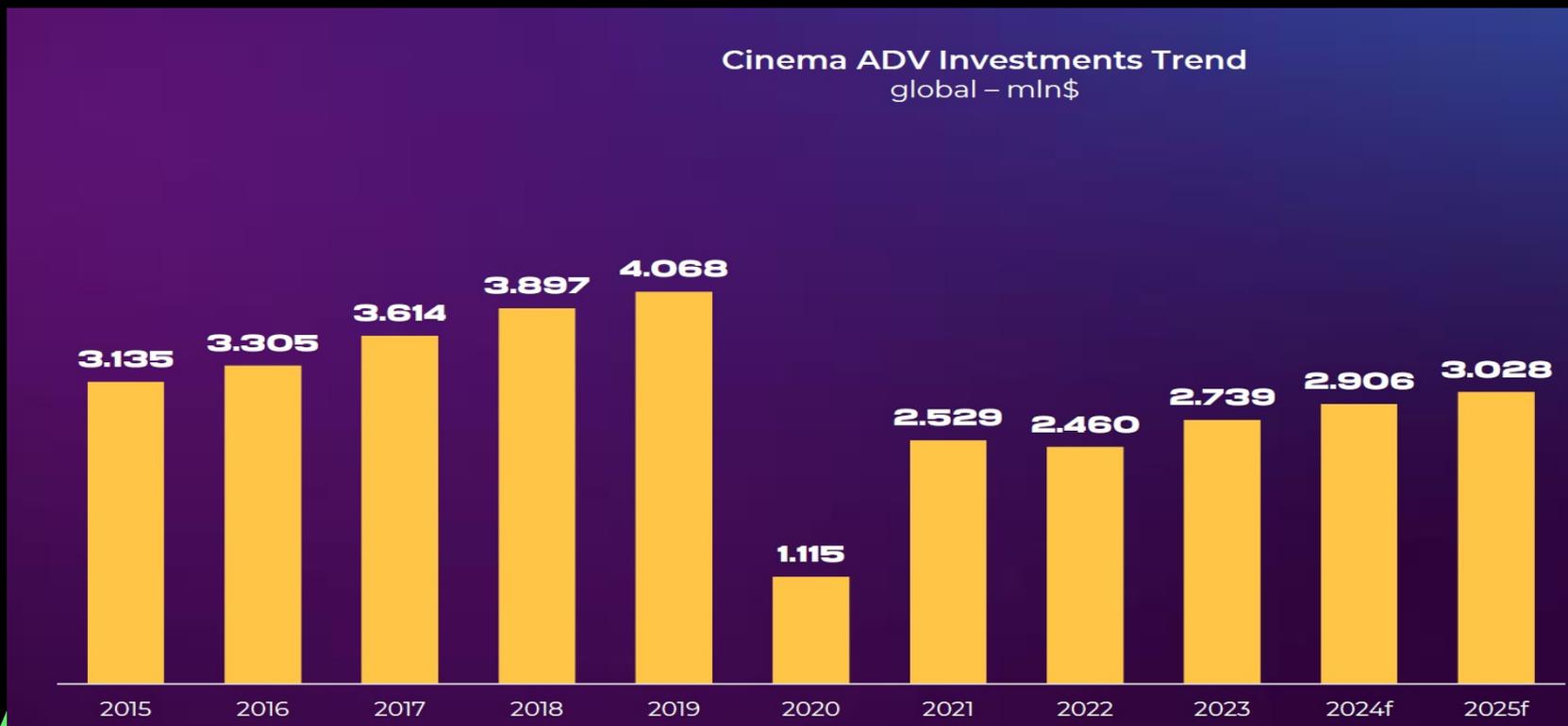
RISULTATO DEI PRINCIPALI MERCATI EUROPEI VS. RITALIA						
	2024				Diff. % 24/23	
	Popolazione	Incassi	Presenze	Quota film nazionali	Incassi	Presenze
FRANCIA	68.401.997		181.270.000	44,4%		0,5%
GERMANIA	83.445.000	817.663.815	84.523.148	17,8%	-7,4%	-6,4%
UK/IRLANDA (£)	69.266.848	1.060.740.010		23,0%	-0,1%	
SPAGNA	48.610.458	477.206.159	71.098.524	19,0%	-2,6%	-5,5%
ITALIA	58.990.000	493.977.853	69.709.089	4570,0%	-40,0%	-10,0%

Fonte: elaborazione dati Cinetel su dati Comscore/CNC



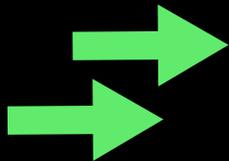
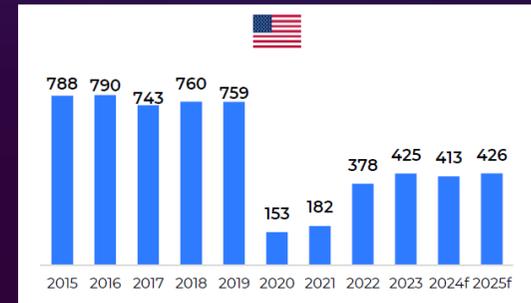
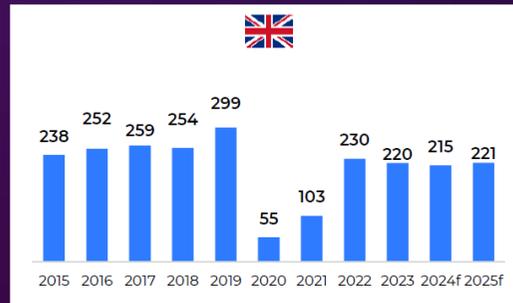
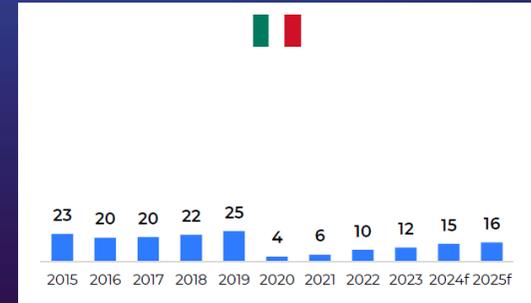
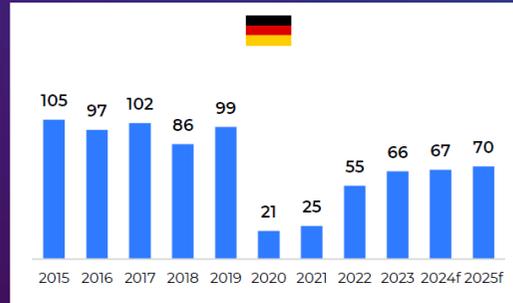
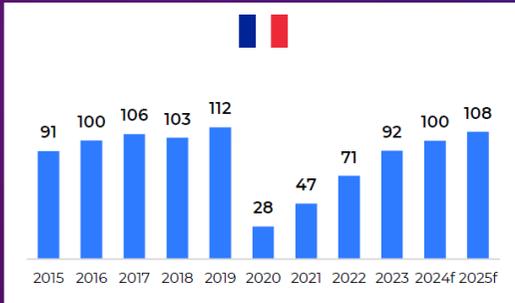
## Cinema advertising: il mercato globale e le differenze tra country

Il mercato del Cinema advertising globale conferma la sua crescita post pandemica che prosegue da oltre 24 mesi e si prevede continuare anche sul 2025



# Cinema advertising: il mercato globale e le differenze tra country

Cinema ADV Investments Trend  
main countries – mln\$



# Cinema advertising: si conferma l'interesse verso il mezzo e la costante crescita

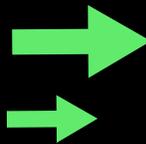
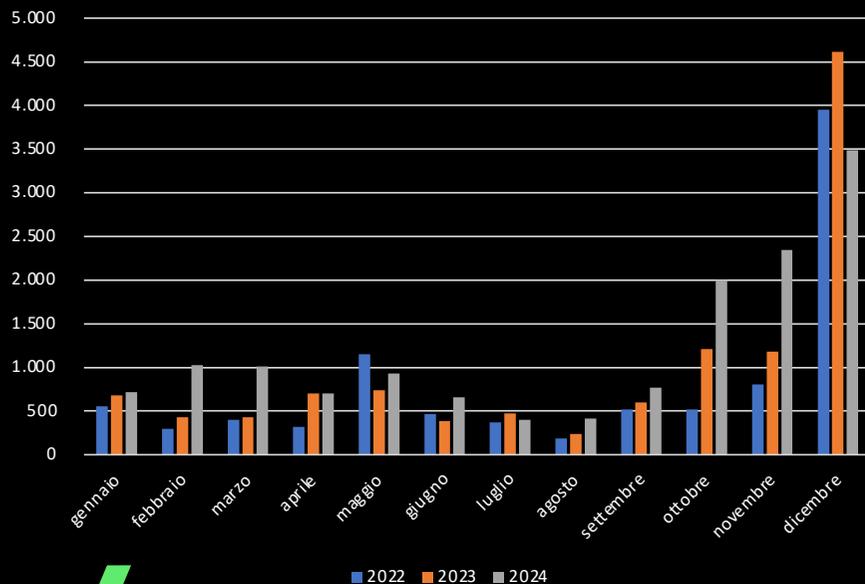
Fatturato totale Gennaio- Dicembre 2024

**+23,5% sul 2023**

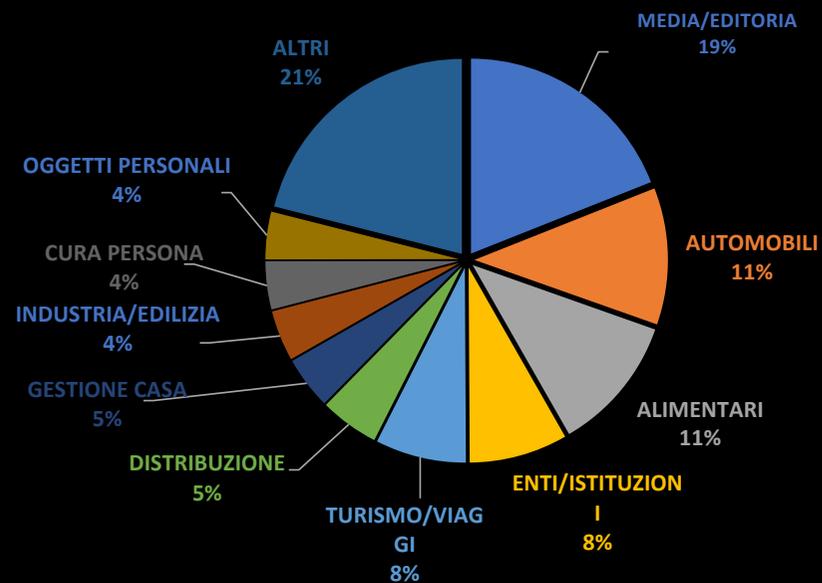
(nonostante la flessione di dicembre)



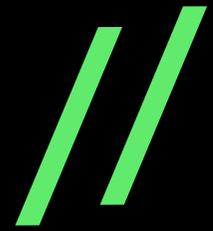
Investimenti Cinema adv Italia 2022/ 2023/ 2024



SETTORE MERCEOLOGICI

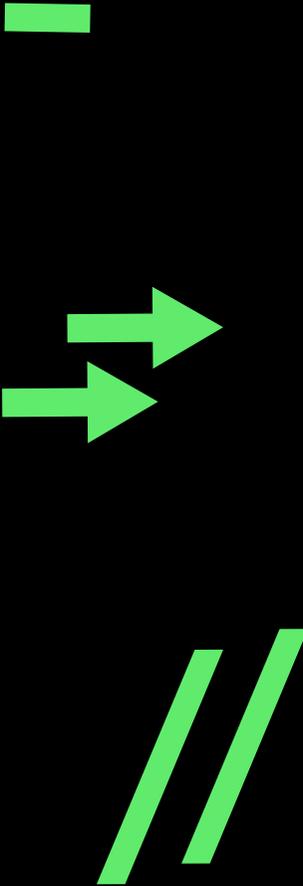


CLIENTI ATTIVI 2023/2024  
**+16%**

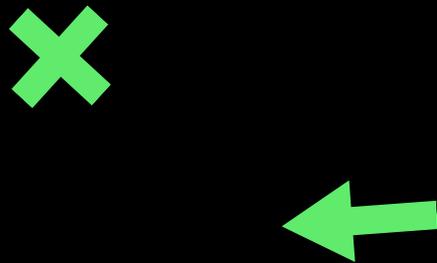


# Francesca Lazzeri

Direttrice Applied Data Science  
and AI Engineering Microsoft

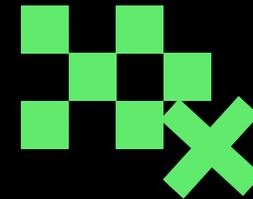


« **Artificial Intelligence:**  
Opportunità e Sfide  
nel Mondo della  
Comunicazione»





# Agenda



Come l'AI sta cambiando il panorama digitale



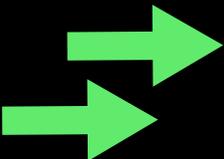
AI e casi studio



Sfide e considerazioni etiche con l'AI



# L'AI non sostituirà gli umani, ma gli umani con l'AI sostituiranno gli esseri umani senza l'AI.



L'AI non prenderà il tuo posto di lavoro.

Ma una persona che sa come usare l'AI prenderà il tuo posto di lavoro.



Il tuo lavoro non sarà rimpiazzato dall'AI.

Ma il tuo lavoro richiederà l'uso e la conoscenza delle tecnologie AI.

«Come l'AI sta cambiando  
il panorama digitale»

# Cose è l'AI?

## Artificial Intelligence



Any technique that enables computers to mimic human intelligence. It includes *machine learning*

## Machine Learning



A subset of AI that includes techniques that enable machines to improve at tasks with experience. It includes *deep learning*

## Deep Learning



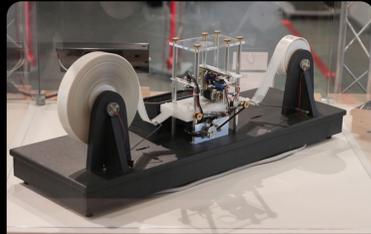
A subset of machine learning based on neural networks that permit a machine to train itself to perform a task.

## Generative AI

is a subset of artificial intelligence that uses techniques (such as deep learning) to generate new content.

Learning resources: <https://learn.microsoft.com/en-us/azure/machine-learning/concept-deep-learning-vs-machine-learning>

# L'AI ha una storia ricca di traguardi significativi



1936

## Turing Machine

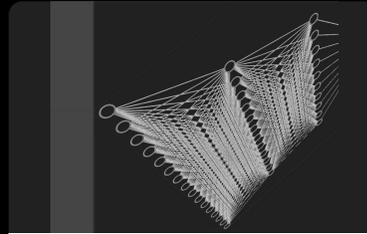
a mathematical model of computation describing an abstract machine capable of implementing any computer algorithm.



1950s

## Artificial Intelligence

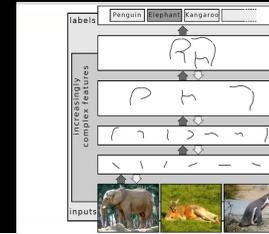
(1950s) the theory and development of computer systems that can perform tasks that normally require human intelligence, such as visual perception, speech recognition, decision making, and language translation.



1990s

## Machine Learning

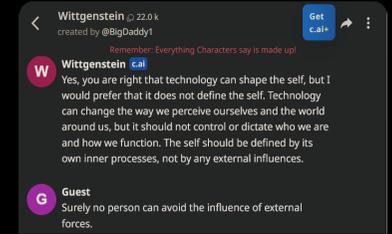
(1990s) a subset of AI and computer science where algorithmic models are trained to learn from existing data to make decisions or predictions.



2010

## Deep Learning

(2010s) a machine learning technique that uses labeled data and layers of neural networks to process data and make decisions.



2020s

## Generative AI

(2020s) a type of AI technology that uses algorithmic models to create new written, visual, and auditory content when given prompts or existing data.



Instrumentation (1940s)



Plastic Molding (1950s)



Robotics (1960s)



Programmable Logic Controller (1970s)



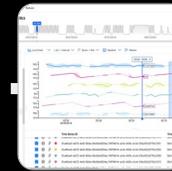
Machine Vision (1980s)



Computer Vision (1990s)



Internet of Things (2000s)



Predictive Analytics (2010s)

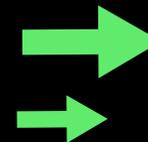


AI Vision (2010s)



Factory Copilot (2020s)

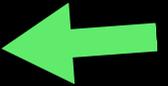
Turing machine – Wikipedia | Artificial intelligence – Wikipedia |  
Machine learning – Wikipedia | Generative artificial intelligence – Wikipedia



Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano



# Esempi di tecnologie create grazie alla Generative AI



Creative writing

Welcome back. What would you like to chat about?

Write a tag line for a manufacturing company that makes industrial lasers

Generating a response for you ...

Sure, I can help you with that. Here are some tagline ideas:

1. "Precision at the speed of light"
2. "Laser-focused on your success"
3. "Lighting the way to a brighter future"
4. "The power of precision"
5. "Innovative solutions for industrial precision"

I hope these suggestions help you!

Image creation

How can I help you?

Create a logo for my manufacturing company that produces lasers, and use blue colors.

Generating a logo for you ...



Customer support

Please describe how I can support you today?

I'm having trouble getting my Xbox to turn on today.

Generating support help for you ...

Here are a few things you can try: (1) press and hold the power button for 5 seconds, (2) remove the power cord and reattach ..

Thanks! That worked. What games do you recommend for my 14-year-old?

There are several titles to consider. They are ...

Code creation

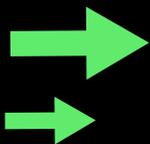
What code can I create for you?

Table customers, columns = [CustomerId, FirstName, LastName, Company, Address, City, State, Country, PostalCode]

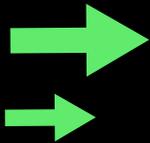
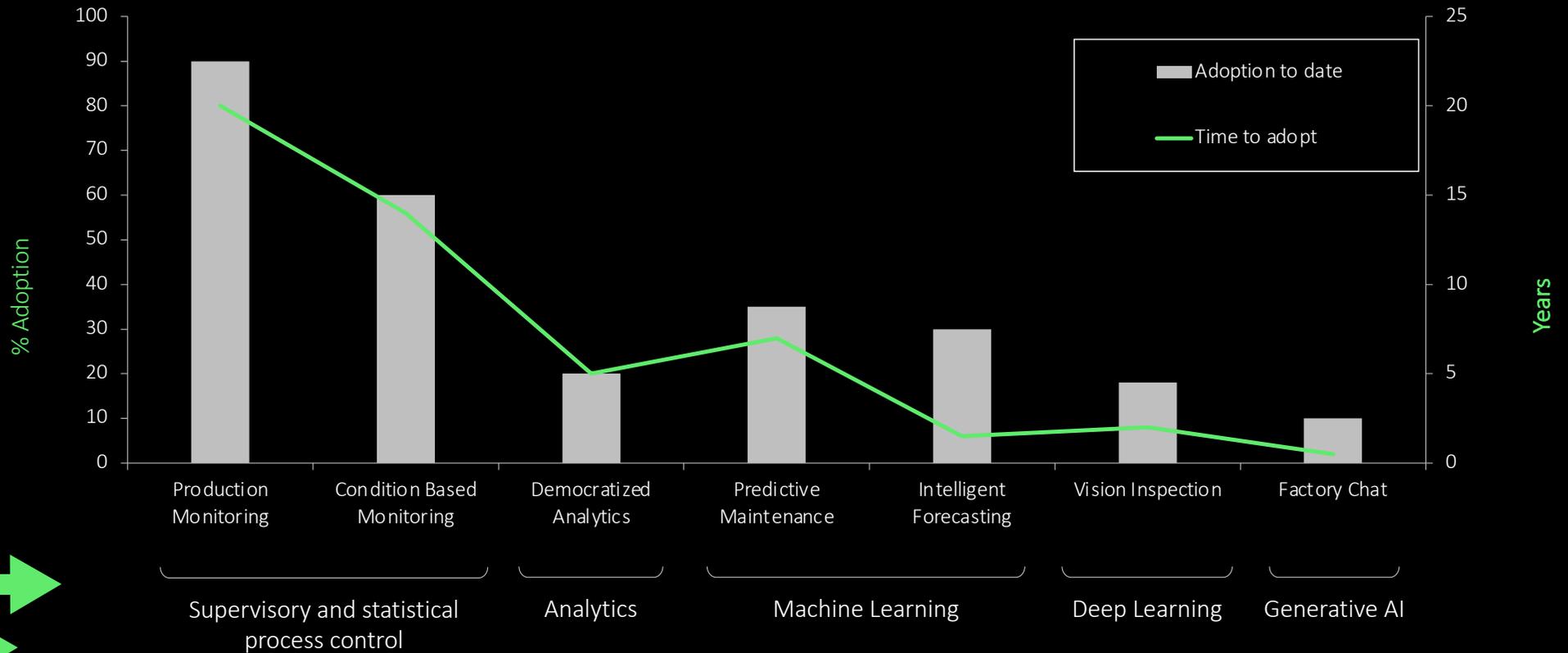
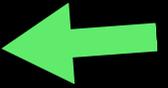
Create a SQL query for all customers in Texas named Jane  
query =

Generating code for you ...

```
SELECT *
FROM customers
WHERE State = 'TX' AND FirstName = 'Jane'
```



# La generative AI è la tecnologia adottata più rapidamente negli ultimi anni

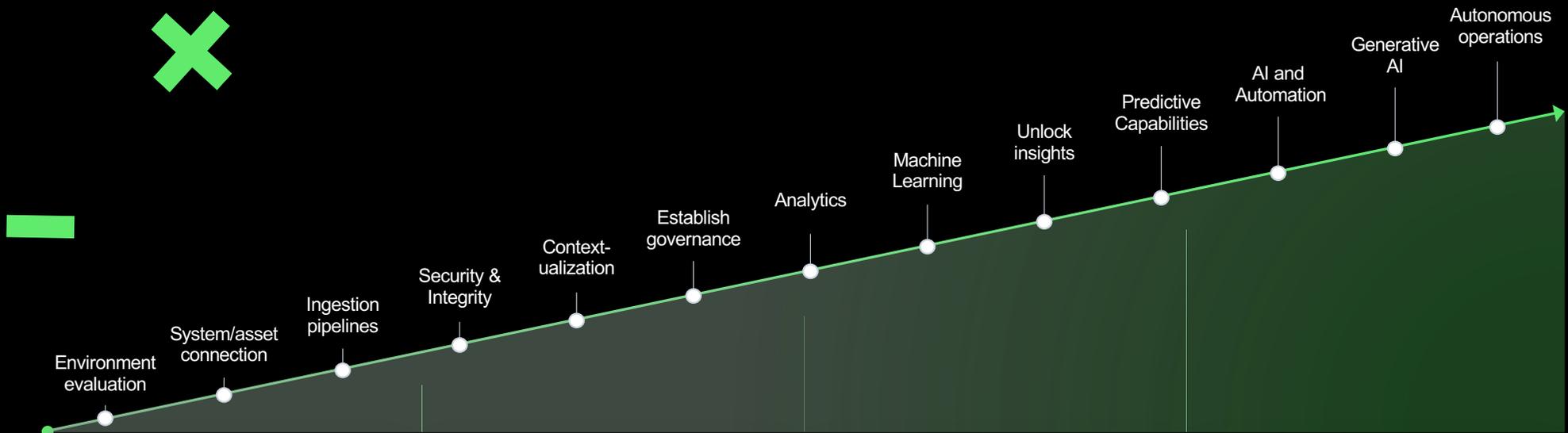


Industry observations 2000-2023



Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano

# Quali sono i passi da fare per le aziende per creare valore con l'AI



## Data unification



Aggregate data from IT and OT sources, from sensors to ERP systems, to create a unified, structured data estate that enables data transformation

## Data management and governance



Securely store data on a modern and flexible data lake house architecture, normalize and contextualize data, and manage access across the organization

## Democratize analytics and insights

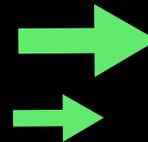


Provide powerful tools to data analytics and business users to uncover engineering, production, and supply chain insights

## Autonomous business operations



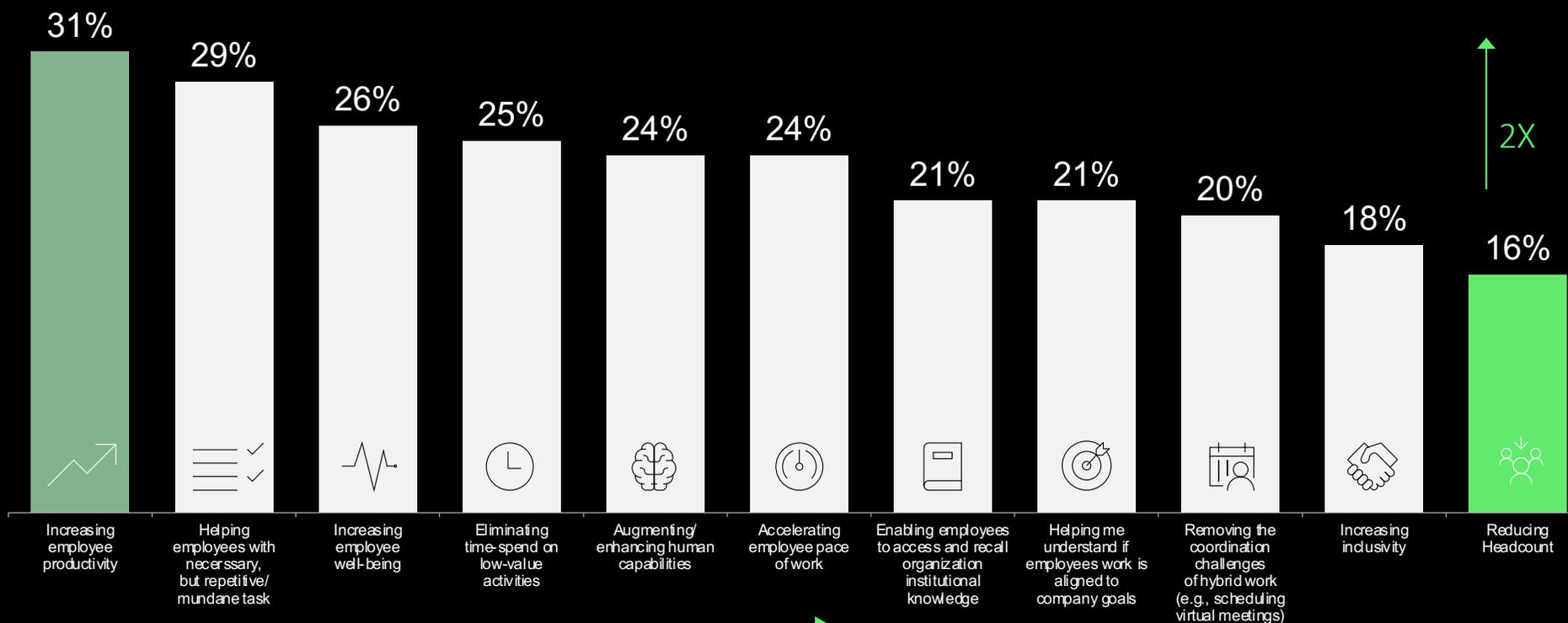
Enable systems to autonomously flag potential issues to decision makers to avoid disruptions and increase business agility





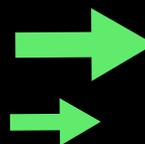
# Cosa le aziende vorrebbero ottenere dall'AI

## Cross industry survey



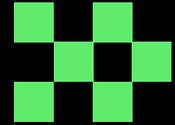
Source: [2023 Work Trends Index](#)

Mercoledì 5 marzo | Teatro Strehler | Milano



«AI e **case studio**»

# The FoodBanking App



## La Global FoodBanking Network contro lo spreco di cibo: prevenire gli eccessi, ottimizzare i consumi e attrarre donazioni

Cliente: The Global FoodBanking Network

Settore: Nonprofit and IGO

Numero di impiegati: 1-49

Paese: United States

### Business Problem:

La Global FoodBanking Network aveva bisogno di dati accurati sulle emissioni per sostenere le operazioni e attrarre donatori, ma la reportistica manuale era dispendiosa in termini di tempo e risorse.

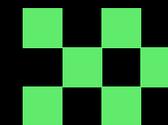
### Solution:

La Global FoodBanking Network ha deciso di sviluppare una App basata su LLMs in grado di analizzare enormi quantità di dati storici e di incrociarli con innumerevoli variabili esterne (emissioni, weather, market and stock values), per offrire forecast in tempo reale di demand e supply e permettere alla filiere alimentari di minimizzare gli sprechi.

### Impact:

Grazie alla GFN App, le filiere hanno raggiunto un numero maggiore di persone (+32%), diminuito lo spreco di prodotti alimentari, e contribuito alla mitigazione del cambiamento climatico.

I dati hanno dimostrato che 54 filiere della rete GFN hanno fornito cibo a oltre 40 milioni di persone nel 2024, 10 milioni in più rispetto al 2022, consegnando 654 milioni di kg di cibo e prodotti alimentari, ovvero l'equivalente di 1,7 miliardi di pasti.



## Il dipartimento dell'istruzione del Nebraska utilizza GenAI per migliorare il percorso di studio degli studenti



Il dipartimento dell'istruzione del Nebraska ha investito negli ultimi due anni nella creazione di sistemi di gestione dell'apprendimento, gamification, apprendimento assistito da video, e realtà virtuale per migliorare il coinvolgimento degli studenti e la pianificazione dell'istruzione.

Il dipartimento dell'istruzione del Nebraska ha integrato GenAI apps nel portale degli studenti e degli insegnanti: gli insegnanti possono analizzare i dati relativi ai voti, progetti passati e alle preferenze degli studenti per creare piani di lezione e valutazioni personalizzate che si allineino ai punti di forza e di debolezza di ciascuno.

Inoltre, l'intelligenza artificiale può automatizzare compiti amministrativi come la correzione dei voti, liberando tempo per gli educatori che possono concentrarsi su altri aspetti importanti dell'insegnamento.

I ChatBots e altri Apps basate sull'intelligenza artificiale possono fornire un'assistenza agli studenti 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Inoltre, l'intelligenza artificiale può essere utilizzata per creare quiz e giochi personalizzati che aiutano gli studenti ad affrontare il materiale in modo divertente e interattivo.



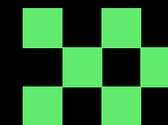
**Cliente**  
Dipartimento dell'istruzione e del Nebraska

**Prodotti e Servizi**  
Microsoft 365, Azure, Azure Data Lake, Azure Synapse Analytics, Power BI, Teams

**Settore**  
Educazione

**Paese**  
United States





## Il dipartimento dell'istruzione del Nebraska utilizza GenAI per migliorare il percorso di studio degli studenti



DEEPBRAIN AI

### Cliente

DeepBrain AI

### Settore

Professional Services

### Paese

United States

### Prodotti e Servizi

OpenAI Service  
Cognitive Services speech capabilities



DeepBrain AI è una azienda di Avatar che possono essere usati per generare rapidamente contenuti digitali da istruzioni di testo, eliminando la necessità di riprese, montaggio e assunzione di attori. È uno strumento ideale per aziende, marketer e creatori di contenuti che cercano di ottimizzare il processo di produzione video.

Hanno fondato la loro startup nel 2016 come un servizio di chatbot, con l'intento di aiutare le azienda ad ottimizzare alcuni processi di customer support, come l'implementazione di chatbot nei call center.

DeepBrain AI offre oltre 100 avatar AI diversi, permettendo agli utenti di scegliere tra una vasta gamma di avatar realistici o addirittura crearne uno proprio.

### Situation:

La creazione di Avatars e la clonazione della voce in DeepBrain AI aveva bisogno di utilizzare LLMs per ottimizzare l'apprendimento automatico e replicare le caratteristiche uniche della espressione e voce di una persona, tra cui tono, accento e stile di parlare.

### Solution:

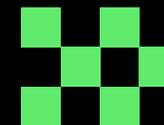
DeepBrain AI utilizza integrazioni GenAI APIs con piattaforme come ChatGPT, IBM Watson, Nvidia. Queste integrazioni consentono uno scambio di dati «real-time» e migliorano la performance dei loro Avatars per creare contenuti realistici e sofisticati.

### Impact:

DeepBrain AI offre una libreria multimediale completa che include oltre 100 avatar AI che rappresentano diverse etnie, generi e personalità, oltre a immagini e video premium di stock da Shutterstock, che include più di 3 milioni di immagini, 100.000 video, e 6.800 tracce musicali.

Questa vasta collezione supporta la creazione di video di alta qualità e personalizzabili per vari scopi come marketing, educazione e servizio clienti, tutto all'interno della loro piattaforma AI Studios.

# The FoodBanking App



## Costruzione di serie storiche per il decision making nel settore dei Media

**Use Case:** Auditel rilascia giornalmente i dati di ascolto con un livello di dettaglio approfondito

### Insights e Data:

- Si può seguire il comportamento di visione del singolo panelista
- Si possono valutare le performance della singola clip, per le varie tipologie di device
- Si può analizzare il traffico di ogni canale minuto per minuto

### Solution:

Il dato in generale è ottimo per costruire delle serie storiche e allenare dei modelli predittivi, quindi analizzando lo storico degli ultimi mesi/anni di dati, è possibile avere in output il dato «predicted» per le giornate future.

### Applications:

Il sistema descritto potrebbe prevedere le condizioni che massimizzano l'audience per dei parametri in input, per esempio:

- Il direttore di palinsesto ha necessità di collocare un programma o una serie TV indirizzata al pubblico giovane
- L'investitore pubblicitario deve collocare la pubblicità (e.g. del nuovo rasoio elettrico e intende indirizzare questa pubblicità perlopiù ai maschi, dai 20 ai 45 anni, con classe socio-economica medio-alta)
- Una grande catena di ristoranti vuole lanciare una nuova offerta diretta alle famiglie e vuole indirizzare la relativa pubblicità alle famiglie molto numerose

«Sfide e considerazioni  
etiche con l'AI»



## Principi Etici e l'AI



**Fairness**



**Reliability  
& Safety**



**Privacy &  
Security**



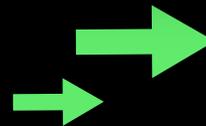
**Inclusiveness**



**Transparency**



**Accountability**





## I nuovi fattori di rischio introdotti dalla Generative AI



**Harmful content  
& code**



**Jailbreaks &  
prompt injection  
attacks**



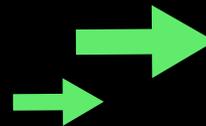
**Ungrounded  
outputs & errors**



**IP infringement  
claims**

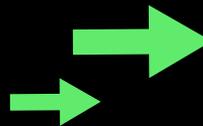
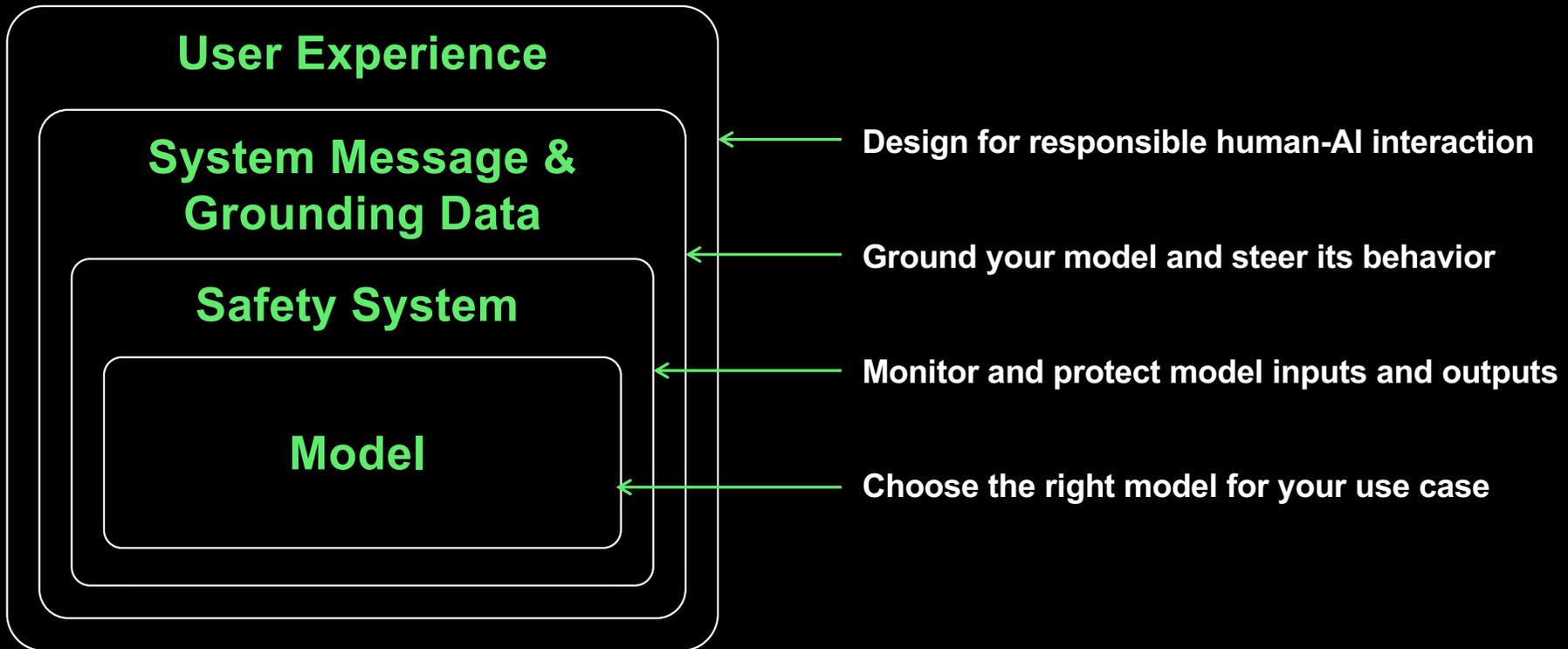


**Manipulation &  
human-like  
behavior**





# Strumenti pratici per migliorare le pratiche etiche dell'AI





## Possibili soluzioni

Selezionare i dati per i test

  
Generate a test dataset

or

  
Upload a test dataset

Usare metriche di monitoraggio

    
Metric instructions

&

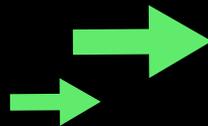
  
GPT Grader

Validazione da parte di esperti

  
Measurements

&

  
Reasoning



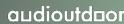
# Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente Auditel

**Giacomo Lasorella**  
Presidente AGCOM

MediaTelling  
2025

Grazie per l'attenzione

 Audiocom  AUDIMOVE  audioutdoor  AUDIRADIO  Auditel