

# Il caso

PER SAPERNE DI PIÙ  
www.fondazionerosselli.it  
www.auditel.it

## Le differenze tra i due sistemi

### AUDITEL Campione SKY

**famiglie monitorate nel giorno medio**  
**5.127** **10.000**  
 (di cui 1039 circa abbonate a Sky; dati aprile 2014) (a regime, tutte abbonate a Sky)

### Margine d'errore

Il campione più grande riduce di due terzi il margine di errore (documentazione Sky)

### Gli individui

Auditel ricostruisce il comportamento dei singoli componenti della famiglia  
 Sky monitora il nucleo familiare

### Il rilevatore

10.520 "People Meter" su altrettante tv di 5.666 famiglie (campione complessivo)  
 Utilizza propri decoder modificati, di cui il 76% in alta definizione

### Programmi registrati e on demand

Conteggio solo entro 7 giorni dalla messa in onda  
 Conteggio senza limiti di tempo

### Programmi visti in mobilità e online

Non ne tiene conto, ma ha avviato alcune sperimentazioni  
 Conteggia anche la visione in mobilità (Sky Go) o via Internet (Sky Online)

### Il compenso

La famiglia Auditel riceve un omaggio ogni anno (set di valigie, elettrodomestici)  
 La famiglia Sky riceve un buono spesa in una catena di elettronica (50 euro una tantum, dopo 6 mesi)



# "Ecco il mio auditel" Rupert Murdoch sfida la tv italiana

Sky lancia un sistema di rilevamento degli ascolti  
Misura anche tablet e online, faro sui social network



Panel": «Auditel è una macchina d'epoca, nata nell'era analogica, che faticosamente viene adattata alle nuove stagioni della comunicazione. Il nostro sistema di rilevazione, invece, è strutturato da subito per la stagione nuova del digitale. Auditel ha tanterughe e capelli bianchi. Capita. Noi abbiamo uno strumento contemporaneo, coerente con l'epoca di big data». Ma in concreto, Gerritsen, a che cosa vi serve "Smart Panel" e quali dati vi sta dando? «I dati sono confidenziali. Ma un esempio può già dire molto. Secondo Auditel, il 39% dei nostri spot pubblicitari ha un pubblico pari a zero. Non li guarderebbe nessuno perché vanno in onda su piccoli canali dall'ascolto insignificante, sempre nelle stime di Auditel. "Smart Panel" ci rivela che la percentuale di spot a pubblico zero sarebbe molto più bassa, intorno all'8%».

L'olandese Gerritsen è stato avvistato più volte dalle parti di "Babylon", un cenacolo di studio che fa capo alla società di consulenza Ambrosetti. Anche lì si ragiona sulla televisione rivoluzionata, sui giovani che guardano un film o Sanremo con il tablet in azione, sulle app, sui media che si intrecciano tra loro e si trasformano. Ospite all'ultimo dibattito a porte chiuse l'americano Alec Ross, consigliere dell'ex ministro degli Esteri Hillary Clinton. Guru delle nuove tecnologie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE TV



L'AUDITEL  
Ne sono soci tra gli altri Rai e Mediaset, La7, la Fieg e l'Upa



LO SMART PANEL  
Sky è nel Comitato tecnico di Auditel. Ma ha il suo Smart Panel

ALDO FONTANAROSA

ROMA. Nei suoi undici anni di vita, Sky Italia ha messo in piedi le sedi di Roma e Milano, il bouquet dei canali, le redazioni, le fiction. Ed ora ha anche un sistema di rilevamento degli ascolti tv. Sky Italia, insomma, si è fatta un suo Auditel che entra in diretta frontale competizione con l'Auditel ufficiale. A fine aprile, ambasciatori di Sky Italia hanno fatto visita a due parlamentari di alto rango (uno di maggioranza e uno di opposizione) per raccontare in anteprima dello "Smart Panel", come è stato ribattezzato il nuovo misuratore degli share. Una creatura recente.

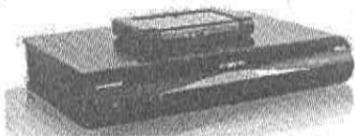
Da fine 2013, in segretezza, la pay-tv di Rupert Murdoch ha contattato 10 mila famiglie, tutte con abbonamento Sky, e ne ha già reclutate 5000 per il suo "gruppo di ascolto" (le altre 5000 arriveranno entro l'estate). In un giorno medio di aprile scorso, l'Auditel ufficiale ha monitorato 5 mila 127 nuclei familiari (di cui 1039 abbonati a Sky). Ora Sky, per ottenere dati a suo dire più precisi sulle scelte dei propri clienti, sta creando un universo, un insieme dieci volte più grande. Queste 10 mila famiglie avranno in casa un decoder di Sky: per il 76% ad alta definizione, per il 24 in bassa, così da riprodurre la situazione reale della platea di abbonati. Esul decoder ecco la scatola "meter" che comincia a dire, già in queste ore, che cosa le persone guardano, quando e come.

"Smart Panel" - altra novità - monitora le visioni in mobilità. Intercetta cioè le persone che seguono una partita, la Formula 1, il motomondiale, un telegiornale sullo smartphone o sul tablet (grazie all'opzione Sky Go che a gennaio avevano scelto in 2 milioni). "Smart Panel", ancora, fotografa la visione dei programmi via Internet: conteggia il ragazzo che scarica un film con Sky Online (senza abbonamento); oppure il vecchio abbonato che collega il decoder alla Re-

cente studio della Fondazione Rosselli, finanziato da Sky, opera di Monica Sardelli e Federico Tarquini, con introduzione di Francesca Traclò). Il volume ricorda che il Super Bowl di febbraio - evento culto per il football americano - «si è rilevato senza precedenti per la mole di attività generata sui social network a commento della partita» ed anche - cosa decisiva - delle pubblicità in onda. I tweet - sulla gara e gli spot - sono sta-

ti 25,3 milioni. Una cosa mai vista, in effetti. Il fenomeno, fatte le debite proporzioni, si è affacciato nella edizione italiana di X-Factor («con 447 mila tweet nella sola puntata finale del 12 dicembre 2013»). Per accendere un faro stabile sul mondo dei social network, Sky medita un accordo con la Nielsen.

Eric Gerritsen, vice presidente esecutivo di Sky Italia per la Comunicazione e gli Affari istituzionali, spiega la filosofia di "Smart



te per *downloadare* una serie tv. E l'Auditel ufficiale, invece? Includerà nel suo radar le visioni in mobilità in un futuro, oggi fa delle sperimentazioni. Sempre l'Auditel tiene conto dei programmi registrati o scaricati sul decoder Sky; ma fissa una condizione per conteggiarli: la visione in differita deve avvenire entro una settimana dalla messa in onda in diretta del programma.

C'è poi la frontiera di Twitter, di Facebook, delle app. "Smart Panel" tenterà di capire il grado di coinvolgimento emotivo di uno spettatore valutando se ha in mano un "secondo schermo" come uno smartphone (mentre guarda la tv); e se lo utilizza per fare qualcosa in Internet. Qualcosa di riconducibile al programma televisivo. Il meccanismo è ben descritto in "Cosa Conta" (il re-