

Secondo Unimpresa, previsti 4,3 miliardi di investimenti pubblicitari

# Parte oggi la Total Audience: negli ascolti tv anche pc e tablet

## IL CASO

Giovanni Turi

**S**catta oggi la Total Audience, sistema di misurazione degli ascolti televisivi che oltre alle tv tradizionali dotate del meter Auditel, includerà anche dispositivi digitali connessi a Internet come smart tv, pc, tablet e smartphone. Una piccola rivoluzione nel mercato del grande schermo italiano che potrebbe coinvolgere oltre 26 milioni di famiglie nelle rilevazioni, più precise nell'intercettare le abitudini medialie del pubblico. Dalle stime del Centro studi di Unimpresa, un impatto di rilievo lo avranno gli investimenti pubblicitari destinati alla televisione: 4,3 miliardi di euro. Più del doppio rispetto al 2020.

Per Unimpresa, inoltre, i dati ottenuti in maniera più integrata «offriranno una visione puntuale dei comportamenti di visione, rappresentando una risorsa strategica per editori, inserzionisti pubblicitari e centri media». Applaudiva l'entrata in questa nuova era la presidente dell'associazione, Giovanna Ferrara: «Questa innovazione è un passo decisivo verso una misurazione crossmediale che rispecchia

l'evoluzione dei consumi medialie degli italiani». Poi, un avvertimento: «Gli investitori pubblicitari e tutti gli operatori economici sono chiamati a prestare grande attenzione a questa trasformazione, che avrà implicazioni importanti non solo per il mercato pubblicitario, ma anche per la comprensione delle abitudini di consumo delle famiglie e dunque per le scelte delle imprese e per il loro futuro».

Questo nuovo standard che unisce ascolti tradizionali con quelli digitali e in streaming è frutto della combinazione di misurazioni campionarie e censuarie. Mentre le prime derivano dal panel di 16 mila famiglie dotate di meter, le seconde sono raccolte sui dispositivi digitali tramite tag specifici inseriti dai broadcaster nel proprio flusso di contenuti. Tramite poi un modello statistico, Auditel le trasforma in dati afferenti gli utenti, dandogli un profilo e rendendoli sommabili alla stima del campione.

Oltre alle tv tradizionali, smart tv e dispositivi con small screen, la Total Audience unirà gli ascolti fruiti con i D-Channel, quelli in modalità Vod (Video on demand) e Tsv (Time Shifted Viewing, ossia in differita). —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

