

Ascolti tv e nuovo standard Auditel, cambia la misurazione. Impatto da 4,3 miliardi sugli investimenti pubblicitari

Cambia la misurazione Auditel per gli ascolti tv, ecco l'impatto sugli investimenti pubblicitari secondo Unimpresa

Domenica, 29 dicembre 2024

di Redazione

Ascolti tv e nuovo standard Auditel, ecco l'impatto sugli investimenti pubblicitari

Con l'introduzione del nuovo Standard Auditel di Total Audience, operativo a partire da domani, lunedì 30 dicembre, si apre una nuova era per il mercato televisivo italiano. La Total Audience consentirà, per la prima volta, di misurare gli ascolti televisivi in modo integrato, includendo non solo i televisori tradizionali ma anche dispositivi digitali connessi come Smartphone, Tablet, PC e Smart TV. Questa rivoluzione tecnologica avrà un impatto significativo su 4,3 miliardi di euro di investimenti pubblicitari destinati alla televisione, rendendo ancora più trasparente e completa l'analisi dei consumi mediali.

Con il coinvolgimento di oltre 26 milioni di famiglie italiane, i dati ottenuti offriranno una visione puntuale dei comportamenti di visione, rappresentando una risorsa strategica per editori, inserzionisti pubblicitari e centri media. È quanto rileva il Centro studi di Unimpresa, secondo cui il nuovo sistema di misurazione si basa su un'integrazione di dati campionari e censuari, raccolti attraverso il SuperPanel Auditel e arricchiti da informazioni sugli ascolti Live, VOD (Video On Demand) e TSV (Time Shifted Viewing). Ciò permetterà di comprendere appieno il consumo di contenuti televisivi su tutti i dispositivi, garantendo maggiore precisione e comparabilità. La novità, infatti, interessa tutti gli italiani, chiunque quotidianamente guarda i programmi televisivi, indistintamente su una TV o qualsiasi dispositivo digitale. I comportamenti e le scelte dei telespettatori saranno ancora più dettagliati. Ne consegue che, con l'unificazione delle rilevazioni, ci sarà uno strumento più completo a disposizione di tutti gli operatori e gli attori del mercato, dagli editori agli inserzionisti pubblicitari, passando per i centri media.

“Questa innovazione rappresenta un passo decisivo verso una misurazione crossmediale che rispecchia l'evoluzione dei consumi mediali degli italiani. 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. La Total Audience è una novità che apre opportunità straordinarie per migliorare la pianificazione degli investimenti e supportare una crescita più mirata e sostenibile del sistema economico. Auditel ha fatto uno sforzo significativo che accresce la trasparenza e la quantità dei dati a disposizione della business community. Tutti gli attori del settore sfruttino al massimo le potenzialità offerte da questo strumento innovativo per affrontare con successo le sfide di un ecosistema mediale in rapida evoluzione” commenta il presidente di Unimpresa, Giovanna Ferrara.