

RELAZIONE ANNUALE 2018

30 anni di Auditel

Le nuove sfide della Ricerca nella società italiana che cambia.



Presentazione del Presidente

Andrea Imperiali

Roma, Camera dei Deputati

15 febbraio 2018



Presidente

Andrea Imperiali

Consiglieri:

Giuseppe Lavazza	UPA
Giovanna Maggioni	UPA
Michele Bauli	UPA
Alberto Coperchini	UPA
Valentino Cagnetta	UPA
Valerio Di Natale	UPA
Vittorio Meloni	UPA
Angelo Trocchia	UPA
Marco Travaglia	UPA
Stefano del Frate	Assap Servizi di AssoCom
Stefano Spadini	Assap Servizi di AssoCom
Marco Girelli	Assap Servizi di AssoCom
Paolo Stucchi	Assap Servizi di AssoCom
Donatella Consolandi	UNICOM
Marcello Ciannamea	RAI
Antonio Marano	RAI
Giuseppe Pasciucco	RAI
Alessandro Picardi	RAI
Gianpaolo Tagliavia	RAI
Cinzia Squadrone	RAI
Maurizio Giunco	CONFINDUSTRIA RADIO TV
Giuliano Adreani	RTI GRUPPO MEDIASET
Matteo Cardani	RTI GRUPPO MEDIASET
Federico di Chio	RTI GRUPPO MEDIASET
Marco Paolini	RTI GRUPPO MEDIASET
Uberto Fornara	LA SETTE
Luca Sanfilippo	SKY Italia
Andrea Scrosati	SKY Italia
Alessandro Araimo	DISCOVERY

Il Collegio Sindacale:

Claudio Santambrogio
Agostino Malsegna
Franco Vittadini

Autorità, Signore, Signori

Vi ringrazio per l'eccezionale opportunità di poter fare insieme un bilancio dei primi 30 anni di attività di Auditel con una presenza così numerosa e soprattutto qualificata.

È un segnale positivo che dà un valore speciale a questo incontro, voluto per celebrare le prime tre decadi di uno strumento così importante per monitorare i cambiamenti in atto nella società italiana, ma è anche un'occasione preziosa per restituire ad Auditel la sua reale fisionomia, superando la rappresentazione banale dei dati di ascolto, giocata solo come competizione tra i *broadcasters* all'insegna dei "vincitori e vinti".

Il delicato compito di Auditel consiste nella rilevazione e nella diffusione dei dati che fotografano, 24 ore su 24, minuto per minuto, tutta l'offerta televisiva nella sua articolazione digitale, satellitare, via cavo, *live* e *on-demand*, su tutte le piattaforme e tutti i *device*. Un compito necessitato, oltre che vigilato, poiché le informazioni - materia prima di cui si alimentano le analisi e le pianificazioni pubblicitarie - esprimono una *currency*, cioè l'unità di misura riconosciuta dal mercato per determinare il ritorno dei propri investimenti.

Tuttavia Auditel rappresenta ben di più di un'azienda capace di produrre dati, giacché costituisce un presidio, autorevole e imparziale, condiviso e riconosciuto da una molteplicità di soggetti, tutti in concorrenza tra loro. È un organismo a controllo incrociato, capace di porre a diretto confronto, in una dialettica intensa e costruttiva, le aziende che investono in pubblicità e i *broadcasters*.

In tal senso, visto il sensibile compito che svolge, Auditel intende dialogare e collaborare con tutti i soggetti pubblici e privati, pienamente consapevole delle proprie particolari responsabilità e di quanto il proprio ruolo debba essere saldamente incardinato nel sistema istituzionale e regolatorio del Paese.

Nei confronti di tale sistema, Auditel non si limita a tributare semplice obbedienza disciplinare: con esso si dispone a collaborare, in modo proattivo, come organismo “virtuoso”, efficiente e indipendente, al servizio di un futuro sempre più complesso e di una realtà multimediale in costante evoluzione tecnologica e normativa.

Negli ultimi anni, il mercato televisivo italiano ha subito mutazioni radicali. La digitalizzazione dei contenuti e l’innovazione tecnologica hanno dato spazio a nuovi soggetti, nuovi linguaggi e nuove modalità di fruizione.

L’offerta registra una crescita esponenziale: in poco più di un decennio dalle 6/7 grandi reti nazionali generaliste storicamente rilevate si è passati - con un eccezionale processo di frammentazione - a monitorare centinaia di emittenti. Oggi sono circa 440 quelle rilevate sul digitale terrestre, mentre assommano a 290 tra soggetti *free* e *pay* i canali distribuiti sul satellite.

L’innovazione tecnologica, poi, ha moltiplicato le piattaforme e ha generato - rispetto al televisore domestico - luoghi “altri” dove poter vedere, anche in mobilità, i contenuti digitalizzati. Così, mutazioni del costume indotte dagli Anni Settanta, come il colore, la centralità del piccolo schermo e il telecomando sono d’improvviso venuti meno, imponendo alle Ricerche sui dati l’osservazione di un “ambiente multiservizio” che intreccia l’etere e il *web*.

Allo stesso tempo, sul mercato dei contenuti audiovideo agisce oggi una molteplicità di soggetti, come *Facebook*, *Google*, *Amazon*, quali interlocutori che offrono servizi di rete sociale e sono in grado di raccogliere ovunque, fuori da ogni controllo e/o certificazione di terze parti, *big data* e una massa d'informazioni colossale basata su nuove metriche e algoritmi sempre più imperscrutabili.

Tutti, a partire dagli investitori pubblicitari, rappresentati da Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente di UPA - che ringraziamo per la forza e la lucidità strategica del sostegno a noi offerto in ogni frangente – reclamano, a chiare lettere, trasparenza e responsabilità. Ed è dunque indispensabile innovare per realizzare indagini sempre più solide ed evolute, che siano rese credibili da sistemi tecnologici avanzati e fondate su controlli chiari, condivisi e certificati.

Perché ciò accada, va dato corpo a modelli aperti e vigilati, regolati e pienamente verificabili. È quindi evidente ed urgente la domanda di una maggiore eticità nella gestione dei dati a tutela del mercato e di uno sviluppo sostenibile di esso. Occorre inoltre garantire un assetto capace di porsi (e d'imporsi!) in contrapposizione a un modello totalmente deregolamentato che non appare più sostenibile.

Il “luogo”, il laboratorio, il presidio, ove tutto ciò può concretizzarsi, esiste: è, appunto, Auditel: una Ricerca che mai si è adagiata nel piccolo cabotaggio “provinciale” ma, al contrario, ha sistematicamente cercato l'allineamento con i migliori standard internazionali, riconoscendosi, in epoca non sospetta, nel così detto *JIC (Joint Industry Committee)*, il modello di *governance* validato in tutto il mondo come il più attuale e più indipendente. Ciò ha consentito ad Auditel di intraprendere un percorso regolato e pienamente condiviso, svolgendo il proprio ruolo in maniera severa e trasparente, fino a costituire una garanzia per tutti.

Ne è prova evidente che l'intero processo di rilevazione di Auditel è oggi tracciabile. I suoi algoritmi e i protocolli di elaborazione sono accessibili e “depositati in garanzia”. In qualunque momento i dati di ascolto possono essere riprodotti in maniera certificata da un revisore esterno. Questo presidio di garanzia, che non ha pari a livello internazionale nel settore (e soprattutto nel mondo digitale), è un patrimonio a disposizione di tutti coloro che vigilano sul nostro operato. E mi fa particolarmente piacere sottolinearlo in presenza del presidente dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato, il professor Giovanni Pitruzzella.

Lo scorso anno, Auditel ha rinnovato totalmente il *panel*, composto da 5.700 famiglie, lanciando il “*SuperPanel*”, un’operazione molto complessa, un colossale impegno.

Il “*SuperPanel*” ha triplicato la base di riferimento per la rilevazione dell’audience televisiva e generato un campione che, nel rapporto panel/popolazione, non ha uguali a livello mondiale giacché conta sulla collaborazione di ben 16.100 famiglie, pari a circa 41.000 individui.

Il nuovo campione, la gestazione del modello che lo regola e il piano di implementazione sono stati oggetto di un lungo processo di verifica e condivisione con Agcom, l’Autorità per la Garanzie nelle Comunicazioni, che voglio ringraziare nella persona del presidente, il professor Angelo Marcello Cardani, per il grande supporto e il contributo di idee e di approfondimenti che i suoi Uffici ci hanno assicurato, seguendo la *road map* che ha scandito le tappe degli sviluppi appena descritti e operando con una cura scrupolosa ben oltre il consueto quadro delle attività di vigilanza che la Legge 249 del 1997 conferisce all’Autorità.

Oggi, i dati rilevati da Auditel – assieme ad altri parametri – costituiscono uno degli elementi attraverso i quali il Ministero dello Sviluppo Economico determina i criteri d'accesso degli Editori al Fondo per l'Editoria. Non solo: gli stessi dati rappresenteranno entro breve anche uno dei requisiti per accedere ai finanziamenti per la digitalizzazione e l'innovazione tecnologica delle imprese editoriali.

A tal proposito, mi corre l'obbligo di esprimere un sentito ringraziamento al Sottosegretario di Stato del Ministero dello Sviluppo Economico, Antonello Giacomelli, per il sostegno offerto a questo progetto e per il suo personale contributo, responsabile ed equilibrato.

Il “*SuperPanel*” che, lo ripeto, non ha precedenti a livello internazionale, non solo assicurerà ai dati rilevati maggiore robustezza statistica, ma costituirà un *asset* fondamentale al servizio dei futuri sviluppi della ricerca e dei bisogni del mercato.

Non è un azzardo dire che esso rappresenta una svolta epocale per i *broadcasters* e per le imprese che investono in pubblicità. È il segnale, infatti, di un cambio di passo, economico e organizzativo, mirato ad offrire al sistema televisivo italiano stime di maggiore precisione per affrontare il tema delicato della frammentazione e per porre le basi delle metriche che verranno.

Proprio in tale direzione, lo scorso anno, il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato, all'unanimità, il sistema che consentirà - con una soluzione innovativa – la misurazione dei contenuti editoriali e della pubblicità anche su *SmartTV*, *PC*, *smartphone* e *tablet*. La soluzione individuata, che fa leva sulle *best practices* internazionali, ha l'obiettivo di realizzare, in tempi rapidi, l'architettura di sistema più evoluta ed affidabile attualmente disponibile nel settore.

Il modello Auditel per i dispositivi digitali, oltre a rilevare il traffico sulla rete domestica dei contenuti televisivi visualizzati sui vari *SmartTv* e sugli altri *devices* connessi ad *internet*, si avvarrà di appositi applicativi capaci di misurare l'attività sui dispositivi mobili, come *smartphone*, *PC* e *tablet*, ottenendo informazioni espresse anche in modalità “censuaria”, basate, cioè, non più su dati stimati ma su dati “effettivi”.

Il nuovo sistema assicura *standard* di *viewability* capaci di mettere insieme piattaforme differenti e nuovi dispositivi in una logica di *total audience* della televisione, facendo perno su una soluzione “*single source*”, una scelta che consentirà la prima rilevazione “*cross-mediale*” degli ascolti provenienti da diverse piattaforme e *devices*, al netto di duplicazioni. Nuove *currency*, quindi, che non intendono rinunciare, in nome di scorciatoie tipicamente digitali, a criteri fondati su un rigore metodologico testato e condiviso.

A sostegno di questo percorso di innovazione, Auditel ha stretto anche un importante accordo di partnership strategica con il Politecnico di Milano nella “ricerca applicata congiunta” finalizzata allo sviluppo di tecnologie d'avanguardia nella rilevazione digitale. Ne approfitto per ringraziare il Rettore, il Professor Ferruccio Resta, per lo straordinario impegno dei suoi gruppi di lavoro e l'eccellenza dei suoi dipartimenti di ricerca.

Per intercettare queste dinamiche di visione sempre più “multischermo” e “multipiattaforma”, Auditel ha proceduto anche ad una profonda evoluzione della propria “*Ricerca di Base*”, l'accurato processo di rilevazione che “fotografa” sette volte l'anno la Società italiana, le strutture familiari e le loro interazioni con i *media*.

Il monitoraggio dei nuovi dispositivi, che si basa su modelli di fruizione più individuali e frammentati, richiede infatti un'analisi degli universi di riferimento molto più capillare e infinitamente più precisa.

In tale ambito, Auditel ha trovato nell'Istituto Nazionale di Statistica, organismo ufficiale ed indipendente, un interlocutore di eccellenza, per ragioni del tutto evidenti,

quali: la stessa vocazione a interfacciarsi con dati di respiro europeo e internazionale, lo stesso approccio orientato ai più avanzati standard scientifici, l'attenzione ai cambiamenti delle condizioni di vita della popolazione (compresi i suoi "consumi mediatici"), i grandi flussi di dati che passano sulla rete. Questi sono i punti di forza di una convergenza di interessi scientifici che ha dato da subito i suoi frutti.

Lo scorso anno, Auditel ed Istat hanno firmato un protocollo d'intesa per ampliare e raffinare lo studio dei dati. Ringrazio, a tal proposito, il Presidente, il professor Giorgio Alleva, per la grande disponibilità e il prestigioso supporto metodologico offerto dall'Istituto.

Lo studio, svolto dal gruppo di lavoro congiunto Auditel-ISTAT, è stato finalizzato ad approfondire, in modo sempre più affidabile, la struttura delle famiglie italiane, fino a ridefinire – grazie all'incrocio di numerose fonti e ad una specifica attività di indagine – la fisionomia di nuove strutture familiari basate sulla convivenza, non solo affettiva, ma anche per motivi economici: è una prima fotografia delle cosiddette "famiglie allargate di fatto" in grado di temperare gli effetti anagrafici e fiscali che possono incidere sulla rappresentazione della società italiana. Un'acquisizione preziosa non solo per il monitoraggio dei *media* ma anche per la ricerca sociale.

Il Piano Strategico di Auditel, recentemente approvato dal Consiglio, è un documento programmatico che disegna le tappe della nostra evoluzione, con obiettivi chiari e tempi certi. Entro il 2018 è prevista la prima pubblicazione dei dati censuari sui "device digitali", un'indicazione che assegna tempi ridotti alla trasformazione di una parte significativa del modello di misurazione degli ascolti da campionario a censuario, con importanti risvolti legati anche alla tutela della *privacy*. Si tratta di un aspetto delicato che prevede la necessità di adottare, da subito, il nuovo Regolamento Europeo sul trattamento dei dati personali, il cosiddetto GDPR (*General Data Protection Regulation*).

Anche per questo ringrazio il suo estensore, il professor Giovanni Buttarelli, Garante Europeo per la *Privacy*, per essersi speso personalmente, assieme al Garante italiano per la *Privacy* Antonello Soro, e aver accompagnato la Società in un percorso che è non solo linee guida e adempimenti, ma testimonianza di una scelta di campo.

Auditel, infatti, sarà la prima realtà, all'interno dell'Unione, capace di sviluppare una soluzione compatibile con gli impegni del Regolamento Europeo e intende anche essere il primo soggetto, tra quanti gestiscono *Big Data*, a garantire un trattamento dei dati responsabile ed etico, incardinando le attività di raccolta e *delivery* in un sistema regolato, trasparente e vigilato. È un "approccio europeo", in totale contrapposizione con altri modelli deregolamentati che non riteniamo sostenibili, anche perché Auditel vuole essere parte propulsiva dell'alternativa culturale europea, perno di una rivoluzione dell'"industria 4.0" basata sull'utilizzo dei dati.

Con queste scelte la nostra Società, pur sviluppando - in una legittima logica commerciale - alcuni servizi di elaborazione basati anche sui cosiddetti *Big Data*, intende comunque posizionarsi come operatore *super partes*.

Ne è prova lampante l'evoluzione della *governance* che ha visto gli editori televisivi - senza far leva e conto delle loro quote di partecipazione - disposti ad adottare un modello evoluto e moderno, in cui la maggioranza del Consiglio è costituita dalla componente "Mercato", riservandosi, così, un ruolo più di controllo e di vigilanza che di gestione.

In tal modo, abbiamo potuto riunire tutti attorno ad un concetto di responsabilità reciproca. Soprattutto, abbiamo potuto disporre di quelle decisioni che imprimono la velocità per intercettare le trasformazioni imposte dalla tecnologia e dall'offerta multimediale in una stagione in cui non sono più tollerabili lenti rituali da organismo pletorico. Se le attività di Auditel marciano senza intoppi è merito, soprattutto, di questo clima di collaborazione tra i nostri Soci e Amministratori che hanno operato nella

considerazione di un interesse collettivo, compiendo scelte mai viziate dal vantaggio contingente.

Per questo ringrazio, anche per la loro “visione” pragmatica e lungimirante, i principali operatori del mercato: le aziende utenti e, in particolare, i *broadcasters*.

L'intero percorso che ho cercato, a grandi linee, di descrivere, è stato approvato, all'unanimità, con il Piano Strategico, tracciato in una prospettiva di 5 anni. Tutto ciò non è avvenuto nel chiuso dei nostri uffici, ma è stato frutto di un processo di piena collaborazione e costante condivisione con le Autorità e le Istituzioni.

Un approccio solido poiché opera in una prospettiva etica, l'unica capace di tenere lontana l'ombra di qualunque conflitto di interessi e di rendere vana l'antica retorica del dubbio, giocata per anni sul paradosso del “controllore-controllato”.

ALLEGATI

AUDITEL: AL VIA IL SUPERPANEL™

Triplica il campione che misura la televisione: il 30 luglio la pubblicazione dei dati. Benefici sulla frammentazione degli ascolti, migliorano ulteriormente le stime statistiche. Un piano di rilascio accompagnerà l'impiego delle nuove metriche con test e attività formative. L'Italia si porta all'avanguardia nella ricerca per la rilevazione della TV, anche in vista dei nuovi device digitali.

Il Consiglio di Amministrazione di Auditel ha dato il via libera alla partenza del SuperPanel™. Dopo aver sostituito integralmente, già nel 2016, il proprio campione base di 5.700 famiglie, Auditel ha selezionato e installato altre 10.400 nuove unità familiari, dotate di set meter, già in grado di produrre i dati di ascolto. L'operazione - che non ha precedenti a livello internazionale – ha raggiunto l'obiettivo della confluenza dei due campioni, rappresentativi della popolazione italiana, in un unico imponente super-campione costituito da 16.100 famiglie (circa 41.000 individui). Mentre tutti i “JIC” Joint Industry Committee, (cioè i Comitati misti che governano le “Auditel” nei diversi Paesi) sono alla ricerca di soluzioni per estendere i panel che misurano le audience e far fronte alle nuove sfide imposte dallo sviluppo tecnologico, il campione italiano si afferma come il più solido in Europa per numerosità e il primo al mondo nel rapporto panel/popolazione.

In questo modo, triplicando di fatto le dimensioni della base di raccolta delle informazioni sull'ascolto della televisione, Auditel assicurerà ai dati rilevati maggiore robustezza e ulteriore

precisione, oltre a costituire un asset fondamentale al servizio dei futuri sviluppi della Ricerca e del mercato. I benefici del SuperPanel™ possono essere espressi, tra gli altri, dalla riduzione del 50% dei “minuti a zero ascolto” e da una riduzione del 66% dei fattori di espansione, con un significativo miglioramento dei margini di stima statistica e dell'interpretabilità dei dati, soprattutto ai bassi livelli di granularità e per le emittenti con maggiore variabilità di audience. Il SuperPanel™ rappresenta non solo lo strumento più evoluto oggi disponibile per rispondere alla frammentazione degli ascolti e garantire la misurazione dei servizi on demand, ma anche l'infrastruttura sulla quale verrà costruita,

con soluzioni innovative, la rilevazione dei nuovi device digitali (Smart TV, PC, Smartphone e Tablet) sui quali, già oggi, vengono fruiti numerosi segmenti di televisione. Una svolta epocale, per i broadcasters e le imprese che investono in pubblicità, con il chiaro intento di pensare alla televisione “oltre la televisione”, e alle audience come a una somma intelligente di contenuti fruiti secondo diverse modalità di consumo, su tutte le piattaforme e tutti i device.

Sul piano tecnico, è già stata avviata una roadmap di implementazione che comprende le attività di adeguamento dei sistemi hardware e software di tutti i soggetti chiamati ad elaborare una mole di informazioni significativamente superiore alla precedente. Appena il sistema distributivo sarà simmetricamente a regime, si potrà partire con la pubblicazione dei nuovi dati prevista a partire dal prossimo 30 luglio. Per supportare e accompagnare il mercato nei cambiamenti introdotti da questa evoluzione, Auditel ha messo a punto anche un piano di rilascio che coinvolgerà tutti gli utilizzatori dei dati mediante “workshop” di approfondimento, attività di formazione e iniziative di “educazione” alla lettura e all’impiego delle nuove metriche.

Il complessivo programma di iniziative legato alla roadmap di implementazione e al piano di rilascio dei dati è stato oggetto di un dettagliato processo di condivisione con l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM).

“DEVICE DIGITALI”: APPROVATO IL MODELLO DI RILEVAZIONE AUDITEL

Al via la realizzazione del nuovo sistema: entro il 2018 prevista la prima pubblicazione di dati censuari sui “device digitali”. La ricerca ha accolto le soluzioni più innovative e impiegherà gli standard più all'avanguardia a livello internazionale. La Società si avvarrà di comScore per sviluppare e implementare servizi e componenti tecnologici. Nasce un'infrastruttura fondamentale per l'innovazione del mercato italiano.

Con una operazione di ampio respiro internazionale, Auditel si pone all'avanguardia nella rilevazione dell'ascolto non solo della televisione tradizionale ma anche dei devices digitali. A conclusione di una gara tra i principali Istituti di ricerca a livello internazionale, il Consiglio di Amministrazione della Società, presieduto da Andrea Imperiali, ha approvato all'unanimità il sistema che consentirà – con una soluzione innovativa – la misurazione della televisione “oltre la televisione”, rilevando anche i contenuti editoriali e la pubblicità su Smart TV, PC, smartphone e tablet. La soluzione individuata fa leva sulle best practises internazionali con l'obiettivo di realizzare, in tempi rapidi, l'architettura di sistema più evoluta, affidabile e scalabile attualmente disponibile nel settore. Il modello Auditel per i dispositivi digitali, oltre a rilevare in maniera censuaria il traffico sulla rete domestica dei contenuti televisivi visualizzati sui vari SmartTV e su gli altri dispositivi connessi ad internet, si varrà di appositi applicativi capaci di misurare l'attività sui dispositivi mobili, come smartphone, PC e tablet. Auditel opererà nel perimetro dei contenuti dei broadcaster, trasmessi sulle properties delle emittenti, fornendo al mercato televisivo metriche rigorose sui consumi video sia editoriali che commerciali. Il nuovo Sistema conferisce alla Società il pieno presidio della proprietà intellettuale delle soluzioni messe in campo e dei processi di controllo e certificazione del sistema. Non solo: rappresenta l'occasione per riaffermare, senza ambiguità, standard di viewability finalizzati ad una somma intelligente dei contenuti fruiti attraverso le diverse piattaforme e device in una logica di “total audience” della televisione. A valle di una gara condotta tra i principali Istituti di ricerca a livello internazionale, il Consiglio di

Amministrazione ha incaricato “comScore” di sviluppare le componenti tecnologiche e i servizi necessari all’implementazione del sistema. Sulla base di un cronoprogramma molto serrato, la prima pubblicazione del dato censuario sull’ascolto di contenuti e pubblicità sui device digitali viene ipotizzata entro il 2018. Da quel momento il mercato potrà disporre di una infrastruttura fondamentale per l’innovazione complessiva del sistema-paese. Una soluzione aperta, vigilata e flessibile, capace di servire tutti i futuri sviluppi dell’industria italiana dei media.

La decisione conferma e completa il quadro del profondo processo di innovazione in atto nel campo dei dati di rilevazione della nuova televisione, seguendo di poco l’avvio della pubblicazione dei dati prodotti dal “SuperPanel”: il mega-campione che ha triplicato le dimensioni della raccolta dell’audience dalle precedenti 5.700 alle oltre 16.100 famiglie dotate di meter di nuova generazione, le cui funzionalità costituiscono la premessa anche per la rilevazione dei device digitali in logica “single source”.

Il complessivo modello di rilevazione, e il piano di implementazione è stato oggetto di un approfondito processo di condivisione con l’Autorità per la Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM).

AUDITEL E POLITECNICO DI MILANO: INSIEME PER PROGETTI DI RICERCA E SVILUPPO NELLE TECNOLOGIE DI RILEVAZIONE DELLA TV

Auditel, la società che rileva l'ascolto della televisione in Italia, e il Politecnico di Milano, hanno siglato un accordo di collaborazione che prevede attività di sperimentazione e studio rivolte alla costante innovazione delle applicazioni impiegate per la rilevazione degli ascolti televisivi.

La collaborazione tra Auditel e il Politecnico prevede uno sviluppo tecnologico congiunto per esplorare soluzioni innovative nel campo del riconoscimento automatico dei contenuti audio televisivi, sia editoriali che pubblicitari. Le soluzioni si baseranno su tecniche innovative di audiomatching (comparazione di tracce audio digitalizzate) generate attraverso stream, cioè flussi di informazioni sonore, acquisite anche in ambienti con segnali disturbanti e su spezzoni audio di brevissima durata. Saranno inoltre esplorate soluzioni innovative basate anche su fingerprint e su spettrogramma locale attraverso analisi di descrittori d'immagine.

Il Dipartimento di elettronica, informazione e bioingegneria dell'Ateneo milanese vanta un'esperienza ventennale nel settore dell'audio intelligence e audio analytics. Queste competenze e l'orientamento a realizzare partnership strategiche, ne fanno l'interlocutore perfetto per contesti applicativi industriali.

L'intesa di lungo periodo, siglata da Andrea Imperiali, presidente di Auditel, e dal professor Ferruccio Resta, Rettore del Politecnico di Milano, è volta a incentivare la formazione degli studenti, per i quali sono previste diverse iniziative, tra cui possibili tirocini all'interno della Società. Auditel, infatti, consentirà ai giovani del Politecnico di entrare in contatto con il mondo del lavoro e di acquisire nuove e stimolanti competenze in ambito tecnologico e sperimentale.

Con il varo di questo protocollo, mirato a sviluppare sinergie con un Polo universitario che rappresenta un'eccellenza a livello internazionale, Auditel conferma la volontà di

rafforzare la linea d'innovazione già in corso - testimoniata dal recente avvio del SuperPanel e dal processo di rilevazione dei Device Digitali – sottoponendo a severi test soluzioni informatiche e tecnologiche costantemente all'avanguardia.

La scelta di Auditel di accrescere i propri investimenti in ricerca e sviluppo va oltre i risultati già acquisiti con la triplicazione del campione, e si inquadra nella tendenza in atto a livello internazionale d'innovare processi e servizi destinati ai nuovi modelli imposti dalla “Industria 4.0”. Nella certezza che, nella quarta rivoluzione industriale, saranno sempre più i dati a valore aggiunto, accurati, affidabili e certificati, ad orientare lo sviluppo dell'economia.