

AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

■ DELIBERAZIONE 20 dicembre 2011

Consultazione pubblica sull'organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici e costituzione di un tavolo tecnico. (Deliberazione n. 320/11/CSP). (12A00661) (*GU n. 21 del 26-1-2012*)

L'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella riunione della Commissione per i Servizi e i Prodotti del 20 dicembre 2011;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante «Istituzione dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle comunicazioni e radiotelevisivo» e, in particolare, l'art. 1, comma 6, lettera b), n. 11);

Visto il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, recante il «Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici»;

Visto l'Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione approvato con delibera n. 85/06/CSP del 16 maggio 2006, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 123 del 29 maggio 2006;

Vista la delibera n. 130/06/CSP recante «Misure attuative per l'acquisizione, l'elaborazione e la gestione delle informazioni richieste nell'Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione», pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 174 del 28 luglio 2006;

Vista la delibera n. 75/09/CSP del 5 maggio 2009 recante «Misure e raccomandazioni nei confronti della società AUDIRADIO in materia di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici»;

Vista la delibera n. 182/11/CSP del 6 luglio 2011 recante «Linee guida sull'organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici», pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 169 del 22 luglio 2011, con la quale, a seguito della messa in liquidazione della società Audiradio, i soggetti del comparto radiofonico sono stati invitati alla riorganizzazione del sistema di rilevazione degli indici di ascolto che risponda alle caratteristiche illustrate nella delibera stessa, assegnando il termine di novanta giorni decorrente dalla sua pubblicazione per la presentazione di proposte di riorganizzazione;

Rilevato che in esito alla predetta delibera i soggetti del

comparto radiofonico hanno trasmesso le proposte di seguito sintetizzate;

Sintesi delle proposte pervenute

Le associazioni RNA, FRT e AERANTI hanno presentato una proposta unitaria, cui aderiscono anche RDS, RTL, Radio Italia, Gruppo L'Espresso, Gruppo Finelco, Radio Maria, Radio Radicale e Radio & Reti, che prevede la costituzione di una società consortile per la rilevazione dell'ascolto radiofonico in Italia, il cui progetto è articolato come segue:

Metodologia

Ricerca telefonica con metodologia CATI con almeno 120.000 interviste;

Ricerca integrativa con metodologia Panel «Meter» con almeno 7.000 panelisti;

Eventuali ricerche qualitative specialistiche per esigenze di settore che possano interessare la radiofonia nel suo complesso.

Governance

La struttura societaria proposta è quella della società consortile a r.l. aperta agli editori radiofonici e al mercato pubblicitario, composta da associazioni degli attori del mercato, da editori radiofonici nazionali (privati/pubblici/no-profit), da associazioni di editori radiofonici locali e concessionarie di pubblicità per le radio locali aventi rappresentatività nazionale, con un capitale sociale di 200.000 euro ripartito in quote di «garanzia» suddivise tra le associazioni che rappresentano il mercato (UPA e Assocomunicazioni, due terzi agli editori radiofonici nazionali (pubblici e privati), un terzo ai soggetti che rappresentano gli editori radiofonici locali, in misura comunque non inferiore al 30% del capitale sociale. Gli organismi di governance sono costituiti dall'Assemblea consortile, dall'Amministratore unico, dal Collegio dei Sindaci revisori, dal Comitato tecnico di gestione della ricerca e dal Comitato dei Garanti. Le decisioni sono assunte all'unanimità per quanto riguarda la metodologia e l'avvio della prima ricerca e con la maggioranza del 75% del capitale per le decisioni successive. L'Assemblea autorizza il budget annuale per la ricerca ed autorizza, su proposta del Comitato tecnico, la metodologia e la sua esecuzione. L'Amministratore unico si occupa della gestione economica e dell'ordinaria amministrazione, mentre l'approvazione dei progetti di ricerca spetta esclusivamente all'Assemblea. Il Comitato tecnico di gestione della ricerca, composto da soggetti individuati dal Mercato, Comparto nazionale (quota totale 2/3), Comparto locale (quota totale 1/3), Componenti aggiunti senza diritto di voto (ivi compreso un rappresentante Agcom se nominato), ha il compito di proporre, vigilare e controllare la ricerca e definire le procedure di controllo da affidare a soggetti esterni, mediante decisioni da assumere a maggioranza. Il Comitato dei Garanti, composto da tre esperti di riconosciuta esperienza e professionalità, ciascuno designato dalle componenti Mercato, Radio nazionali, Radio locali, è nominato dall'Assemblea ed ha il compito di effettuare la validazione tecnico-scientifica del progetto di ricerca con riguardo ai parametri statistici utilizzati (quali estrazione, numerosità, profilo e distribuzione geografica del

campione, soglie di attendibilita' statistica, validazione delle procedure di controllo).

L'associazione AERANTI-CORALLO ha ulteriormente precisato, nel corso di autonoma audizione, la propria posizione adesiva al progetto sopra illustrato, evidenziando che le emittenti locali generano un ascolto pari ad 1/3 degli ascolti del mezzo radiofonico su base nazionale e che, pertanto, la nuova organizzazione societaria degli indici di ascolto radiofonici non potra' non prevedere la presenza delle radio locali per almeno un terzo delle quote societarie. Ha, inoltre richiesto che si preveda l'unanimita' per l'assunzione della decisione relativa alla prima indagine che verra' commissionata dalla nuova entita' e che le modifiche siano assunte con una maggioranza qualificata del 75% del capitale sociale. Inoltre, ha ribadito la propria preferenza per una indagine unica per le emittenti nazionali e per le emittenti locali, evidenziando che mentre le emittenti nazionali possono competere solo sul mercato della pubblicita' nazionale, le emittenti locali, attraverso i consorzi e circuiti, possono competere sia sul mercato della raccolta pubblicitaria locale che su quello nazionale e tale aspetto giustifica l'unicita' della ricerca.

La proposta presentata dalla societa' Monradio e' quella di pervenire ad un sistema di misurazione dell'ascolto radiofonico evoluto ed in grado di rappresentare il fenomeno nella sua complessita' e dinamicita'. Infatti, secondo la societa', l'evoluzione digitale e l'accresciuta possibilita' di ascoltare la radio attraverso una molteplicita' di device, rendono ampiamente superati i sistemi basati sulla notorieta' di marca, sulle abitudini di ascolto o sul ricordo. L'indagine attraverso interviste telefoniche e' fortemente penalizzata dal fenomeno dell'autoselezione dei campioni e non e' efficace nella misurazione dell'ascolto digitale o multiplatforma. La societa' ritiene pertanto che il nuovo sistema non possa che basarsi sulla rilevazione passiva attraverso meter portatile, metodologia che ritiene raggiungibile in tempi definibili e contenuti. Il progetto e' articolato come segue

Metodologia

Ricerca di base sulla radio in Italia che i) investighi i comportamenti, gli stili di vita, i consumi, le dotazioni tecnologiche, le modalita' di ascolto e di consumo della radio; ii) indichi il volume totale degli ascoltatori/non ascoltatori; iii) definisca i parametri di costruzione di un Panel rappresentativo dell'ascolto/non ascolto della popolazione residente in Italia, condotta attraverso il metodo delle interviste personali a domicilio (CAPI), con stratificazione regionale una o due volte l'anno.

Indagine sull'ascolto della radio e delle emittenti per misurare l'ascolto del mezzo di tutte le emittenti iscritte, che produce dati uniformi per tutte le emittenti, diversificati per periodo di rilascio (trimestre, semestre, anno), per significativita' del dato (quarto d'ora o fascia; giorno o giorno medio; tipo giorno; 7 o 7-14 gg), per significativita' del profilo (target completi o aggregati). L'indagine sara' transitoriamente effettuata con metodo panel diari on line (cartacei solo per quote marginali) dimensionato su 20.000 interviste all'anno suddivise in cicli trimestrali. Dal 2013 il Panel

diari sara' sostituito dal meter con standard encoding.

Qualora lo strumento del panel diari e, successivamente, del meter non dovesse essere sufficiente a rilevare l'ascolto del mercato locale, si prevede l'introduzione di una indagine aggiuntiva, con un campione costituito secondo i parametri della ricerca di base, reclutato ad hoc nei bacini provinciali di interesse e destinato esclusivamente alle emittenti locali di dimensioni piu' piccole. In questo caso la metodologia proposta e' l'indagine CATI con un nastro di pianificazione distinto.

Governance

La proposta prevede che la misurazione degli indici di ascolto sia effettuata da un ente o societa' all'uopo costituita che risponda ai criteri individuati dall'Agcom e che affidi la ricerca ad almeno due Istituti di ricerca di comprovata esperienza.

La proposta presentata dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo per l'individuazione di un nuovo sistema di indagine sulla radio si basa sull'esigenza di disporre di dati di ascolto oggettivi, affidabili, ampi, profondi e tempestivi. Tale obiettivo, secondo la Rai, rende obsoleti i metodi basati su notorieta' e ascolto abitudinario, i quali non consentono una rilevazione passiva, e percio' oggettiva, e non colgono le trasformazioni di ascolto che il mezzo radiofonico sta attraversando a seguito dell'evoluzione tecnologica in corso. Il progetto si articola come segue.

Metodologia

Ricerca di base per la definizione di un panel rappresentativo delle abitudini e modalita' di ascolto della radio da parte della popolazione residente in Italia con interviste face to face (CAPI), una volta l'anno, per un numero pari a 30.000.

Indagine sull'ascolto della radio mediante diari-meter con l'utilizzo di un nastro di pianificazione che produce dati uniformi per tutte le emittenti, diversificati per periodo di rilascio (trimestre, semestre, anno), per significativita' del dato (quarto d'ora o fascia; giorno o giorno medio; tipo giorno; 7 o 7-14 gg); per significativita' del profilo (target completi o aggregati). L'indagine sull'ascolto sara' transitoriamente effettuata con metodo panel diari on line (cartacei solo per quote marginali), dimensionato su 20.000 interviste all'anno suddivise in cicli trimestrali, in grado di produrre stime accurate per circa 70 emittenti nazionali e locali con ascolto compreso tra 6,2 milioni e 100.000. Dal 2013 il panel diari sara' progressivamente sostituito dal Meter (standard encoding).

Indagine sull'ascolto provinciale da effettuare con il metodo CATI con un periodo di rilascio da definire e con un nastro di pianificazione «dedicato», distinto dal nastro panel., con numerosita' da definire in base alle Province e al numero delle radio operanti.

La Rai ritiene che la diversificazione dell'indagine di ascolto in base alle caratteristiche delle radio da investigare (nazionali, locali di grandi e medie dimensioni, locali di piccole dimensioni) sia piu' aderente alla realta' del mercato ed eviti i difetti insanabili dell'indagine Audiradio, fondati su innesti ibridi e operazioni di data fusion elaborati ex post.

Quanto all'introduzione del meter, il documento depositato da Rai illustra lo stato delle sperimentazioni svolte al riguardo che hanno portato all'individuazione di due sistemi basati su differenti standard: audiomatching che si basa sul riconoscimento automatico di una traccia sonora ed encoding che si basa sul riconoscimento automatico di un codice-stazione. La preferenza espressa dalla concessionaria e' per il sistema encoding che consente una maggiore tracciabilita' del segnale sulle varie piattaforme di trasmissione e device di ascolto e, attraverso la corrispondenza biunivoca «emittente-codice» e' idoneo a superare le annose controversie sulla trasparenza dei marchi delle emittenti.

Governance

La Rai propone una societa' fondata su una struttura duale in grado di superare criticita' e conflitti mediante la ripartizione delle competenze tra un Organo di sorveglianza e un Organo di gestione. Un ristretto collegio formato da personalita' indipendenti ha il compito di garantire la correttezza scientifica e la qualita' tecnica delle attivita' di ricerca.

La proposta presentata dal Gruppo Editoriale l'Espresso parte dalla considerazione che l'esperienza contrastata di Audiradio impone una doppia priorita', da un lato la ripresa urgente delle rilevazioni ed il superamento degli equivoci che hanno indotto le diverse parti a risolvere un dibattito tecnico con proposte parziali, dall'altro l'introduzione di un'indagine, universalmente condivisa, in grado di rilevare l'ascolto della radiofonia italiana nel suo complesso per ogni singola emittente nazionale e locale, attraverso l'utilizzo di una metodologia unitaria ed evoluta. Ulteriore obiettivo di un sistema aggiornato e' quello di favorire il progressivo ampliamento degli investimenti pubblicitari sul mezzo radiofonico, da tempo attestati ad una quota nettamente inferiore di quella degli altri Paesi europei, obiettivo che rende insufficienti i metodi basati esclusivamente su notorieta', ricordo e ascolto abitudinario. La proposta e' articolata come segue.

Metodologia

Sul presupposto che ad oggi la mancanza di una compagine societaria unica rende impossibile l'attuazione di un'indagine innovativa, unitaria e condivisa, il Gruppo l'Espresso, insieme alla consapevolezza della necessita' di un intervento urgente, e' al momento favorevole ad acquistare il miglior prodotto che il mercato possa offrire che offra una metodologia in continuita' con il passato ma in grado di sperimentare il futuro, che faccia conseguire dati affidabili per le radio nazionali e locali, che sia in grado di fornire misurazioni dell'audience ed informazioni qualitative sul profilo degli ascoltatori e che utilizzi le tecnologie piu' avanzate, con il duplice vantaggio di essere un'indagine fornita da un soggetto terzo e, pertanto, non proprietaria e di fornire i dati gia' dalla prossima primavera 2012.

Pertanto, la ricerca deve basarsi sui seguenti elementi:

un'indagine di base CATI, con un campione di 120.000 individui, studiato per rilevare nel modo piu' affidabile sia le radio nazionali che quelle locali, che rileva l'ascolto quotidiano in totale e per quarto d'ora.

un ampio panel di 10.000 o 14.000 individui, basato sul meter e su un questionario elettronico/dialogatore, in grado di qualificare gli ascolti (frequenze, modalita', piattaforme) e gli ascoltatori (target), su 7, 14, 21, 28 giorni. Le informazioni non soddisfatte dal meter vengono indagate attraverso il questionario elettronico che rileva le modalita' di esposizione alla radio e le piattaforme utilizzate, oltre che le diverse caratteristiche socio demografiche.

Per quanto riguarda il futuro, il Gruppo Espresso condivide l'introduzione di una ricerca di base e l'adozione di un panel meter, ma evidenzia che l'apporto del meter andra' comunque considerato congiuntamente all'attivazione di modalita' integrative di rilevazione, attraverso strumenti innovativi che amplino le informazioni disponibili sulle diverse piattaforme e modalita' di fruizione, in quanto la scelta della sola rilevazione passiva farebbe della ricerca radio un caso unico nel panorama nazionale. Il passaggio da una modalita' di misurazione ad un'altra deve, inoltre, essere sperimentato e collaudato in modo da risultare scientificamente corretto, procedendo con gradualita', in continuita' con il passato ma rivolti al futuro.

Governance

Sulla governance, il Gruppo Espresso evidenzia che la nuova impresa di rilevazione dovra' prevedere la presenza di UPA ed Assocomunicazione, soggetti imprescindibili per una compagine societaria pienamente rappresentativa.

La proposta presentata da Radio24 persegue gli obiettivi di dare il giusto peso alla radio, mezzo ad altissima penetrazione ma sottovalutato nel rapporto con altri media, di individuare un modello equo, trasparente e in grado di rappresentare correttamente il mercato, di creare un sistema innovativo che tenga conto dell'evoluzione digitale con una prospettiva di lungo termine con un impianto di ricerca che sia economicamente sostenibile dall'industria radiofonica. Secondo la societa', lo scenario di oggi e' totalmente diverso da quello che ispirò a suo tempo la scelta di rilevare gli ascolti con l'indagine telefonica CATI, in quanto il contenuto radiofonico puo' oggi essere fruito, oltre che nella classica modalita' di ascolto, tramite le piattaforme digitali televisive (satellitare, DTT), con iPod e cellulare, via web utilizzando il PC, lo smartphone o il tablet, in contemporanea o in differita. La mancanza di una ricerca di base rende non quantificabile l'impatto dei nuovi fenomeni per cui il nuovo sistema di rilevazione dovrebbe, innanzitutto, consentire di distinguere l'ascolto del mezzo per piattaforma. La proposta e' articolata come segue.

Metodologia

Radio 24 propone un impianto metodologico che superi i limiti della metodologia CATI e tenga conto della specificita' dei due comparti - nazionale e locale - riconsiderando l'impostazione rigidamente unitaria del passato, cosi' articolato:

metodologia di ricerca basata su un panel completo di una indagine di base che qualifichi la relazione dell'ascoltatore con il mezzo, da realizzare con interviste personali (CAPI). In prospettiva, rilevazione di tipo meter, con un panel di lunga durata per garantire la stabilita' dei dati, a costi minori rispetto a panel di breve

durata.

Tenuto conto che il passaggio diretto al meter non e' possibile, individuazione di un «periodo ponte» in cui la rilevazione verra' effettuata tramite diari che rilevino l'ascolto multiplatforma, basata su 20.000 casi all'anno di panel diari, con fornitura di dati secondo tre periodicita' (annuale, semestrale e trimestrale) in grado di rilevare gli ascolti di circa 70 emittente di grandi dimensioni. Per le altre emittenti, realizzazione di una CATI su un campione reclutato ad hoc nei bacini provinciali di interesse, producendo dati semplificati rispetto all'indagine panel e di conseguenza un nastro di pianificazione distinto.

Utilizzazione di meter con tecnologia encoding per garantire che gli ascolti siano correttamente attribuiti alla piattaforma utilizzata dall'utente, collocando in modo automatico l'ascolto time shifted.

Governance

Radio 24 propone la costituzione di una societa' che confermi il modello costituito dalle tre principali componenti del settore (servizio pubblico, soggetti privati e mercato) e che assuma le decisioni con il sistema delle maggioranze semplici, prevedendo quorum differenziati solo nei casi in cui tali decisioni siano di natura strategica. Inoltre propone la demarcazione netta tra il Consiglio di amministrazione e il Comitato tecnico, garantendo la massima neutralita' nell'operato di quest'ultimo.

Le associazioni UPA e Assocomunicazione che rappresentano gli utenti pubblicitari, intervenuti congiuntamente in audizione, hanno posto l'accento sull'importanza di prevedere una rilevazione passiva dell'audience, evidenziando come il meter sia lo strumento piu' appropriato per superare la soggettivita' legata alla memoria degli intervistati ed hanno fatto presente che un progetto finalizzato all'adozione del meter in Italia era gia' allo studio del Consiglio di amministrazione di Audiradio, prima dello scioglimento di quest'ultima. L'iniziativa di Audiradio teneva conto dei sistemi di rilevazione dell'ascolto radiofonico in uso negli altri Paesi europei ed extra-europei dove il meter e' gia' in fase di utilizzo o di avanzata sperimentazione.

Nello stesso tempo le due associazioni hanno puntualizzato che il solo sistema di rilevazione attraverso meter non e' sufficiente a investigare tutto l'ascolto radiofonico, soprattutto con riferimento alle emittenti locali, che in Italia sono numerosissime e presentano ambiti di irradiazioni estremamente diversificati tra loro. Pertanto la rilevazione attraverso il meter deve essere necessariamente integrata da altri metodi di ricerca quali l'indagine CATI o il metodo Panel Diari. Poiche' entrambi i metodi hanno un largo margine di soggettivita', in quanto sono basati sul ricordo dell'ascoltatore, e' preferibile lo strumento che in termini qualitativi e di minor costo consenta di rilevare il maggior numero di emittenti e che si integri meglio con il meter di prossima introduzione.

Infine, le associazioni hanno evidenziato come il mercato preferisca il ricorso ad un unico nastro di pianificazione, dove confluiscono sia gli ascolti delle radio nazionali che gli ascolti delle radio locali, per orientare gli investimenti pubblicitari

diretti sia al mercato nazionale che a quello locale.

La proposta presentata dall'associazione REA prevede che l'attività di rilevazione degli indici di ascolto sia svolta direttamente dall'Autorità, attraverso un soggetto non in «conflitto di interessi» con i settori della pubblicità e dell'attività radiotelevisiva, mediante l'affidamento ad un Ente pubblico (ad esempio ISTAT o Cattedra Universitaria), e con assoluta estraneità delle associazioni di categoria nella gestione delle indagini. Da un punto di vista metodologico, la ricerca dovrebbe avvalersi di una corretta «mappatura» delle aree di servizio (bacini di utenza) delle diverse emittenti partecipanti alla rilevazione, ed individuare criteri per l'eliminazione delle omonimie dei marchi, per l'impostazione delle interviste, per la pubblicazione dei dati, per l'iscrizione alle indagini, per il finanziamento della ricerca e per la determinazione delle quote di partecipazione e del sistema di pagamento.

CNR, in qualità di società concessionaria per la raccolta di pubblicità, ritiene auspicabile la formazione di una nuova compagine societaria che possa rappresentare in maniera organica il comparto radiofonico, nella quale siano rappresentate anche le concessionarie per la raccolta di pubblicità nazionale, rappresentative in termini di aggregazione di audience e quote di fatturato, con una governance che possa contemplare e far valere le radio locali, come comparto che rappresenta un terzo dell'intero mercato.

Sotto l'aspetto metodologico CNR propone un'indagine CATI, con un campione di 120.000 interviste, facilmente comprensibile dal mercato e con costi sostenibili, che possa misurare sia il comparto delle emittenti nazionali che quello delle emittenti locali. Un eventuale approfondimento qualitativo, attraverso un panel, integrativo rispetto alla CATI, potrebbe essere accettabile, purché l'impianto metodologico sia chiaramente orientato a dare la massima importanza all'indagine principale CATI.

Inoltre, la società non ritiene percorribile la metodologia meter, la quale - dati gli alti costi - non consentirebbe di raggiungere un campione rappresentativo anche delle emittenti locali, generando rischi di discriminazione per le emittenti che dispongono di risorse molto limitate.

Considerato quanto segue:
Valutazioni dell'Autorità

L'art. 1, comma 6, lett. b), n. 11, della legge 249 del 1997 prevede che l'Autorità «cura la rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione; vigila sulla correttezza delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione rilevati da altri soggetti, effettuando verifiche sulla congruità delle metodologie utilizzate e riscontri sulla veridicità dei dati pubblicati, nonché sui monitoraggi delle trasmissioni e sull'operatore delle imprese che svolgono le indagini».

L'Autorità ha declinato il potere di cura e di vigilanza sui sistemi di rilevazione degli indici di ascolto attribuitogli dalla legge, nella vigilanza sull'operato delle imprese che svolgono tali indagini, con particolare attenzione sia alla validità della

metodologia utilizzata, sia alla veridicità dei dati diffusi ed alla trasparenza della rilevazione, sia, infine, alla governance delle imprese.

In applicazione di tali principi l'Autorità, con la delibera n. 85/06/CSP, ha dettato i criteri generali sull'organizzazione dei soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione, sulle metodologie di rilevamento e sulla pubblicazione e trasparenza delle indagini e con la delibera n. 75/09/CSP ha adottato specifiche misure e raccomandazioni in materia di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici.

Negli indirizzi impartiti con le citate delibere l'Autorità ha ritenuto valido il modello organizzativo implementato in Italia sin dagli anni '80 che si basa, secondo il modello consolidato prevalentemente utilizzato a livello europeo, sulla ripartizione del capitale azionario tra imprese radiofoniche, pubbliche e private, ed investitori pubblicitari. Tale modello (c.d. formula del JIC - Joint Industry Committees) presuppone un'intesa tra le componenti di mercato in grado di garantire una sostanziale e intrinseca stabilità, assicurando, in tal modo, un naturale equilibrio del sistema.

Le imprese radiofoniche operano sul mercato della raccolta pubblicitaria direttamente, ovvero attraverso società concessionarie, per vendere agli inserzionisti i propri spazi pubblicitari. Una delle variabili più importanti che concorre alla collocazione di spazi pubblicitari sul mercato è costituita dall'audience conseguita dalle emittenti attraverso la loro programmazione. La rilevazione dei contatti dei mezzi di comunicazione nasce, pertanto, dalla necessità degli operatori e degli investitori di quantificare l'effettivo numero di consumatori raggiunti dai vari mezzi di comunicazione. L'intero sistema pubblicitario si basa sui servizi di misurazione di tali contatti (c.d. media measurement services), i cui risultati incidono in modo «proporzionale» sulla valorizzazione delle inserzioni. Ne deriva che l'esistenza di dati univoci costituisce un requisito imprescindibile per il funzionamento degli scambi, onde assicurare la convergenza di tutti gli interessi coinvolti nella misurazione degli indici di ascolto, ed è quindi indispensabile che essa sia condivisa ex ante da tutti gli operatori e venga sistematizzata attraverso meccanismi che garantiscano la trasparenza e l'indipendenza della rilevazione.

Per assicurare la massima correttezza e trasparenza delle rilevazioni e la concorrenza tra le imprese, il modello organizzativo descritto deve coniugare il principio di efficienza con i principi di equità e non discriminazione, rendendo le compagini societarie effettivamente rappresentative dell'intero settore di riferimento.

Con la delibera n. 75/09 l'Autorità aveva dettato i criteri per l'allargamento della compagine societaria della società Audiradio a nuovi soggetti e per una nuova composizione del Consiglio di amministrazione, attraverso un progressivo ribilanciamento delle partecipazioni storiche detenute dai soci e un allargamento del capitale sociale alle componenti del settore della radiofonia non rappresentate, al fine di assicurare una equa ripartizione del

capitale sociale e la massima rappresentativita' nella composizione degli organi di gestione dell'impresa realizzatrice.

In relazione alla metodologia di ricerca, l'Autorita' aveva richiesto una maggiore correttezza e trasparenza delle rilevazioni, da attuare mediante una effettiva separazione dell'organo di amministrazione dall'organo di gestione tecnica della ricerca (Comitato tecnico) e l'implementazione di un sistema di controllo della qualita' dell'indagine, verificato da un organismo terzo, super partes, appositamente individuato.

Il percorso di conformazione della societa' Audiradio agli indirizzi formulati dall'Autorita' si e' rivelato particolarmente complesso. Infatti il processo di allargamento della compagine societaria, ancorche' deliberato dal Consiglio di amministrazione della societa' nel corso del 2010 e completato con l'atto notarile del 18 gennaio 2011, non ha trovato pratica ed effettiva attuazione in quanto la societa' non ha poi provveduto ad approvare le modifiche statutarie necessarie a darvi attuazione, a causa di un'accesa contrapposizione che si e' sviluppata tra le diverse componenti della societa', sia in relazione alle regole di governance, sia in relazione alla metodologia. La situazione di estrema criticita' attraversata dalla societa' Audiradio ha, infine, portato al mancato raggiungimento di un accordo tra i soci sull'approvazione del bilancio della societa', circostanza che ne ha determinato, pertanto, la messa in liquidazione.

Circa le proposte pervenute ai sensi della delibera n. 182/11/CSP, finalizzate alla riorganizzazione del sistema di rilevazione degli indici di ascolto che risponda alle caratteristiche individuate nelle delibere sopra citate, l'Autorita' rileva una sostanziale uniformita' di vedute relativamente alla struttura societaria ed alla governance della nuova entita' organizzativa, mentre riscontra ancora una divergenza di opinioni sull'impianto metodologico della ricerca.

La condizione di base per il corretto funzionamento del sistema di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici esige che i dati siano misurati per tutto il comparto di riferimento mediante metodologie oggettive, corrette e trasparenti e da parte di imprese che si dotino di un'organizzazione tale da assicurare la massima rappresentativita' del settore nel rispetto di condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie rilevabili dalle regole di governante e dallo Statuto.

L'attivita' di vigilanza dell'Autorita' non puo', dunque, che rivolgersi a imprese che svolgano indagini di ascolto nel senso sopra delineato, la cui organizzazione societaria risponda ai criteri illustrati nella delibera n. 85/06/CSP e la cui metodologia, improntata ai principi di correttezza, veridicita' e trasparenza, risponda ai criteri universalistici del campionamento e consenta la rilevazione dell'intero ascolto radiofonico in maniera sistematica. Organizzazione dell'attivita' di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici

Sulla base degli indirizzi e dei criteri gia' espressi nelle delibere sopra citate ed alla luce di quanto emerso dalle proposte presentate dagli operatori ai sensi della delibera n. 182/11/CSP, l'Autorita' ritiene opportuno individuare ulteriori indirizzi

operativi per la riorganizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici, relativi sia alla governance che all'impianto metodologico della ricerca, da sottoporre a consultazione pubblica.

a) Indirizzi in materia di governance

Come sopra evidenziato, l'Autorità ritiene condivisibile un modello di organizzazione basato sulla ripartizione del capitale sociale tra imprese radiofoniche (pubbliche e private, commerciali, no profit, nazionali e locali) ed investitori pubblicitari, in quanto lo stesso presuppone un'intesa tra le componenti di mercato tale da garantire una sostanziale ed intrinseca stabilità, assicurando un naturale equilibrio del sistema.

L'assetto partecipativo, oltre ad assicurare la presenza di tutte le citate componenti del mercato, deve inoltre essere omogeneo per caratteristiche dei componenti e per suddivisione delle quote sociali, al fine di assicurare l'equilibrio dei soggetti partecipanti in ragione della loro rappresentatività di mercato, prevedendo la presenza delle radio locali, attraverso le associazioni rappresentative di tale settore, per almeno un terzo delle quote societarie, in aderenza alla quota di ascolti generata da tale comparto.

L'ingresso nella nuova organizzazione societaria va altresì garantito nel rispetto di condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie, con l'adozione di regole statutarie che non attribuiscano particolari diritti amministrativi ai singoli soci e con la previsione di maggioranze qualificate per l'assunzione delle decisioni strategiche, quali l'approvazione delle ricerche degli ascolti radiofonici.

Il Comitato tecnico, cui spetta il compito di proporre, vigilare e controllare la ricerca e definire le procedure di controllo, pur riflettendo, nelle sue componenti, la struttura dell'organo di amministrazione, deve comunque essere separato da quest'ultimo, con la finalità di assicurarne l'indipendenza tecnica ed operativa. All'organo di gestione tecnica della ricerca deve essere, inoltre, affiancato un organismo tecnico di garanzia indipendente, con il compito di effettuare la validazione tecnico-scientifica del progetto di ricerca, con particolare riguardo ai parametri statistici utilizzati, che fornisca report periodici all'Autorità sul grado di affidabilità della ricerca stessa.

b) Indirizzi sull'impianto metodologico della ricerca

Al fine di garantire la valorizzazione dell'ascolto radiofonico, caratterizzato da un'elevata qualità e quantità di programmi informativi e di intrattenimento, da un'offerta pluralistica e multiforme e da un alto grado di innovazione tecnologica che consente oggi all'utente la fruizione dei servizi radiofonici su diverse piattaforme di distribuzione e su diversi device, si reputa opportuno il perfezionamento degli strumenti di raccolta sin qui utilizzati, al fine di assicurare rilevazioni più oggettive ed affidabili. L'esigenza di tenere conto dell'evoluzione dei mezzi di misurazione dell'audience radiofonico in relazione all'innovazione tecnologica era stata, peraltro, espressa dall'Autorità già a partire dalla delibera n. 85/06/CSP. Alla luce dello sviluppo dello scenario

tecnologico che si e' in seguito verificato, tale esigenza diviene ormai imprescindibile, come dimostrano le esperienze in atto in altri Paesi europei dove sono in corso avanzate sperimentazioni di nuovi metodi di ricerca dell'ascolto radiofonico.

Sotto altro profilo, l'Autorita' ravvisa l'esigenza che la misurazione dell'ascolto radiofonico avvenga nei confronti di tutto il comparto, e quindi, sia con riferimento all'emittenza nazionale che a quella locale, al fine di non generare fenomeni di esclusione di una quantita' considerevole di soggetti minori, perseguendo criteri di equita' e non discriminazione. Il settore radiofonico italiano si caratterizza per la presenza di soggetti aventi caratteristiche strutturali, organizzative ed economiche fortemente differenziate tra loro. Come osservato nella delibera n. 75/09/CSP le esigenze di pianificazione pubblicitaria delle varie tipologie di soggetti sono diverse tra loro: le emittenti nazionali hanno necessita' di pianificare le proprie campagne pubblicitarie e verificarne immediatamente l'efficacia facendo riferimento a dati di ascolti del breve periodo (in genere bimestrale); le emittenti locali, vista la maggiore variabilita' delle loro audience nel breve periodo, trovano nel dato aggregato per semestre uno strumento piu' significativo e adeguato alla competizione nel mercato di riferimento, importante sia per determinare gli investimenti pubblicitari, sia per individuare le strategie di modifica del loro palinsesto. Anche i bacini di riferimento delle emittenti sono caratterizzati da un'estrema variabilita' (nazionali, ultraregionali, regionali, provinciali), circostanza che produce impatto sulla misurazione degli ascolti radiofonici i quali, come in ogni indagine campionaria, sono soggetti alla regola secondo la quale il coefficiente di variazione di una stima e' inversamente proporzionale all'ampiezza della stima stessa. Tale variabilita' e' maggiormente riscontrabile negli ascolti delle emittenti locali, a causa della parcellizzazione dei relativi bacini di utenza.

La circostanza che la ricerca radiofonica si rivolga a un settore composto da varie tipologie di emittenti, ciascuna delle quali e' regolata da specifiche norme relative alla raccolta pubblicitaria, e da specifici mercati di riferimento, fa si' che la ricerca, per essere oggettiva ed affidabile, debba quindi soddisfare le peculiarita' e specificita' di ciascuna tipologia.

Ne deriva che le metodologie da impiegare, che devono complessivamente consentire la quotazione dell'ascolto radiofonico dell'intero comparto, debbono prevedere l'integrazione di varie metodologie di rilevazione con l'obiettivo di soddisfare il massimo delle esigenze qualitative e quantitative ragionevolmente perseguibili, tenendo in conto anche la sostenibilita' economica della ricerca.

Dall'esame delle proposte pervenute ai sensi della delibera n. 182/11/CSP, tutte comunque orientate a prevedere l'integrazione di diversi metodi di rilevazione (indagini CATI, panel-diari, meter), le divergenze che emergono sono relative alla combinazione di tali mezzi rispetto alle tipologie di emittenti da investigare (nazionali, locali di grandi e medie dimensioni, locali di piccole dimensioni). Da parte di alcuni soggetti si prevede l'impiego di indagini CATI per

il tutto il settore (comparto nazionale e comparto locale) e l'impiego di indagini piu' approfondite (panel-diari, meter) in funzione integrativa della ricerca CATI. Altri soggetti, invece, esprimono preferenza per metodologie non integrative ma diversificate per tipologia di soggetti (emittenti di grandi e medie dimensioni, emittenti di piccole dimensioni), ipotizzando il ricorso alle sole indagini panel-diari e in prospettiva meter, per la prima tipologia, e il ricorso alle indagini CATI per quotare l'ascolto di emittenti locali di dimensioni minori.

L'Autorita' ritiene, in primo luogo, che l'indagine degli indici di ascolto radiofonici debba basarsi su una ricerca di base, strumento di cui il settore radiofonico e' al momento sprovvisto a differenza delle ricerche degli indici di ascolto relative ad altri mezzi di comunicazione. Tale strumento consente di investigare in maniera approfondita e sistematica l'universo radiofonico anche in termini di nuove modalita' di fruizione dei contenuti, facendo emergere l'effettiva penetrazione del mezzo anche in rapporto alle diverse piattaforme di distribuzione e ai differenti device utilizzati. Una quotazione universalita' dell'ascolto radiofonico in Italia, oltre a consentire al mezzo di attrarre maggiori investimenti pubblicitari, rappresenta la precondizione per una corretta formazione del campione da parre a base della ricerca dell'ascolto radiofonico.

Si osserva, inoltre, che le metodologie da impiegare per la rilevazione dovrebbero tenere conto dell'esigenza di misurare l'ascolto del piu' alto numero di emittenti, nell'ambito di un disegno complessivo che vede l'integrazione di piu' metodologie di rilevazione adatte alle varie tipologie di emittenti, senza per questo attuare una discriminazione tra le stesse.

Poiche' l'obiettivo delle rilevazioni degli indici di ascolto e' quello di generare dati precisi, affidabili e statisticamente corretti, la combinazione tra le varie metodologie dovrebbe consentire, sia pure in maniera proporzionata nel tempo e tenuto conto dello stato di evoluzione dei mezzi di rilevazione piu' innovativi, nonche' della sostenibilita' economica della ricerca, di pervenire ad una diversificazione dei mezzi di rilevazione adatta alla specificita' di ciascun comparto, in base alle dimensioni delle emittenti. Tale obiettivo deve essere raggiunto senza comunque generare una discriminazione tra le diverse tipologie da investigare. Per evitare il possibile effetto discriminatorio i costi delle ricerche, seppure distinte, dovrebbero quindi essere equamente ripartiti tra le varie componenti del settore, anche nell'ambito di un generale principio di mutualita' diretto a soddisfare il massimo numero di radio ai minori costi.

Sull'altro versante, una simile scelta dovrebbe, pero', condurre al ripensamento della logica del «nastro unico di pianificazione», sia per non generare effetti discriminatori, sia per evitare il ripetersi di possibili errori statistici derivanti dalla confluenza di dati provenienti da ricerche diverse attraverso interventi di data fusion ed innesti ex post.

Infine, quanto all'innovazione dei mezzi di investigazione degli indici di ascolto radiofonici, dall'esame di analoghe esperienze in atto in altri Paesi europei e dalle proposte pervenute emerge che i

tempi sono ormai maturi per l'adozione di strumenti di rilevazione dotati di sempre minor soggettività, seppure necessariamente integrati da strumenti di rilevazione soggettiva al fine di consentire, tenuto conto della sostenibilità economica della ricerca, la rilevazione del maggior numero di soggetti possibile.

Tutto ciò premesso

Considerata l'esigenza di acquisire il punto di vista dei soggetti interessati sugli indirizzi operativi per la riorganizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici individuati dall'Autorità nel presente provvedimento;

Rilevata, altresì, l'opportunità, coniugando le esigenze di partecipazione al procedimento e di celerità della costituzione della nuova organizzazione degli indici di ascolto radiofonici, di costituire presso l'Autorità un tavolo tecnico in funzione di ausilio al raggiungimento di una posizione il più possibile condivisa dai soggetti interessati, onde pervenire alla definitiva individuazione di una organizzazione sistematica della rilevazione degli indici di ascolto radiofonici che garantisca la correttezza, la trasparenza, l'equità e l'indipendenza della rilevazione sia sotto l'aspetto della governance che della metodologia da impiegare;

Udita la relazione dei Commissari Sebastiano Sortino e Antonio Martusciello, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

Delibera:

Art. 1

1. È avviata la consultazione pubblica sugli indirizzi per la riorganizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici illustrati dall'Autorità nelle premesse del presente provvedimento.

2. Nell'ambito della consultazione pubblica di cui al comma 1 è costituito presso l'Autorità un tavolo tecnico in funzione di ausilio al raggiungimento di una posizione il più possibile condivisa di tutti i soggetti interessati, onde pervenire alla definitiva individuazione di un'organizzazione sistematica della rilevazione degli indici di ascolto radiofonici che garantisca la correttezza, la trasparenza, l'equità e l'indipendenza della ricerca sia con riferimento alla governance che all'impianto metodologico da attuare.

3. Le modalità di consultazione e di costituzione del tavolo tecnico sono riportate, rispettivamente, negli allegati A e B alla presente delibera, di cui costituiscono parte integrante.

4. All'esito della consultazione pubblica di cui al presente provvedimento e dei lavori del tavolo tecnico, che devono concludersi entro novanta giorni dalla data di pubblicazione della presente delibera nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, l'Autorità si riserva di adottare la definitiva organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto.

La presente delibera e' pubblicata, priva degli allegati A e B, nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana e, integralmente, nel sito web dell'Autorita'.

Napoli, 20 dicembre 2011

Il presidente: Calabro'

I commissari relatori: Sortino - Martusciello