

# L'Auditel

Poter valutare in modo diretto gli ascolti in termini di qualità e quantità sarebbe il sogno di tutte le emittenti ma questo è impossibile, per ovviare a questa necessità fin dagli anni sessanta si è cercato di misurare il gradimento del pubblico attraverso questionari e interviste dirette.

Quando la RAI aveva il monopolio delle trasmissioni ad essa interessava capire se quello che veniva trasmesso piaceva oppure no. Con l'avvento della tv commerciale e il conseguente adeguamento della RAI alle nuove regole del mercato, la stessa ha compiuto grandi ERRORI, ovvero abbandonare un sistema di ricerca del gradimento qualitativo e adeguarsi al solo rilevamento quantitativo.

Nel 1986 nasce a Milano l'Auditel, una s.p.a. di proprietà di Rai, Mediaste e dei pubblicitari, insomma controllati e controllore sono la stessa cosa !

Per rilevare gli ascolti l'**Auditel** adotta il "meter" un sistema composto da

- una **unità di identificazione** (che registra il canale che si sta guardando su ogni apparecchio tv presente in famiglia);
- un **telecomando** che segnala le presenze individuali per ciascun televisore;
- unità di trasmissione dati GSM o linea

I meter sono prodotti dall'azienda AGB e restano di proprietà di Auditel, le informazioni raccolte vengono elaborate e rese pubbliche il giorno seguente alle ore 10 del mattino.

Guardare qualcosa in tv significa automaticamente apprezzarlo ?

Cambiare canale significa trovare qualcosa di meglio rispetto a quello che si guarda ?

La rilevazione Auditel non tiene conto di domande come:

- Vi è piaciuto quanto visto?
- Cosa non vi è piaciuto ?
- Perché ?
- Cosa Cambiereste ?

Il sistema si basa su un campione statistico di 5163 famiglie campione che diventa elemento decisivo per la pianificazione dei pubblicitari, dei palinsesti da parte delle reti.

Il principio alla base di tutto è l'ottimizzazione del profitto sfruttando la pubblicità sulla base della quantità di ascoltatori a prescindere dai contenuti offerti.

## **FORSE CI MERITIAMO MAGGIORE CONSIDERAZIONE !**