

Dir. Resp.: Roberto Napolitano

ASCOLTI

## Tavolo Editori certifica la radio

Fabio Grattagliano > pagina 16

**Emittenza.** Accordo tra gli editori per una rilevazione «oggettiva e imparziale» dell'audience

# La radio certifica gli ascolti

## Entro il 2017 la nuova metodologia sarà presentata al mercato

### TASSELLO MANCANTE

Al momento l'Upa (investitori pubblicitari) non partecipa al progetto ma i promotori dell'iniziativa auspicano un'intesa in tempi rapidi

Fabio Grattagliano

■ Una rilevazione dell'audience radiofonica entro il prossimo anno, oggettiva e imparziale, in grado di rappresentare in maniera veritiera e completa tutte le forme di ascolto, uscendo dalla logica delle contrapposizioni. È uno degli obiettivi più ambiziosi che l'articolato mondo della radiofonica italiana si è prefissato con il "Tavolo Editori Radio" - società che rappresenta il comparto nella sua totalità, comprendendo emittenti pubbliche, private, commerciali e le associazioni di radiolocali - il cui consiglio di amministrazione si è riunito per la prima volta ieri.

«Si tratta di una data importante - ha spiegato Nicola Sinisi, direttore di [radio Rai](#) e neo presidente del Tavolo Editori Radio - perché dopo diversi tentativi siamo riusciti a far nascere un organismo che è davvero rappresentativo di tutte le differenti anime della radiofonica. Un media che oltre a essere il più antico mezzo di comunicazione di massa, dimostra una capacità di flessibilità e presenza che non ha eguali».

Tra le primissime azioni della società l'istituzione di un comitato tecnico di natura consultiva che avrà proprio il compito di preparare il terreno a una rilevazione "diversa" dell'audience radiofonica che sarà interamente di proprietà della società.

«Entro il 2017 presenteremo una metodologia completa ed efficace che restituisca informazioni utili sia per gli editori sia per gli investitori pubblicitari»

ha aggiunto Sinisi. Il comitato, composto da 16 persone, operativamente dovrà tra le altre cose studiare il bando di gara per la scelta di una o più società che dovranno occuparsi delle indagini di mercato. La sfida è quella di non trascurare le ormai molteplici e polimorfe modalità di ascolto del prodotto radiofonico, andando oltre i canali "classici" di ascolto (auto e apparecchi radio su tutti) e intercettando nuovi strumenti sempre più pervasivi come smartphone, tv digitale e satellitare, internet, podcast e via seguendo. La differenza significativa - sottolineano dal Tavolo Editori Radio - è che fino a oggi le radio erano "clienti" di un istituto di ricerca. Ora, invece, è l'intero sistema della radiofonica che diventa "proprietaria" delle ricerche.

Al momento Upa (l'associazione degli investitori pubblicitari) non partecipa al progetto, «ma mi auguro che si possa trovare un accordo» - sottolinea Sinisi. Per quanto riguarda la configurazione societaria, Tavolo Editori Radio è Srl con 110 mila euro di capitale fornito al 70% da emittenti nazionali e al 30% dalle associazioni delle radio locali.

Il Cda è composto da 17 membri che dureranno per tre esercizi. Ne fanno parte Nicola Sinisi (direttore di [Radio Rai](#) e Presidente di Ter) [Antonio Marano](#) e Giuseppe Pasciocco ([Rai](#)), Marco Rossignoli e Alessia Caricato (Aeranti Corallo), Antonio Niespolo (Kiss Kiss), Francesco Dini e Carlo Ottino (Elemedia), Ivan Ranza (Il Sole 24 Ore), Alberto Mazzocco e Marco Montrone (Frt), Federico Di Chio (Rti - Radio 101), Mario Volanti (Radio Italia), Lorenzo Suraci (Rtl 102,5), Claudio Fabbri ed Elisa Todescato (Finelco), Massimiliano Montefusco (Rds).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### I NUMERI

## 373 milioni

**Gli investimenti**

È il totale degli investimenti pubblicitari raccolti dal sistema radiofonico in Italia secondo i dati forniti da Nielsen e relativi all'intero 2015

## +8,8%

**Il trend di crescita**

Nel 2015 la pubblicità radiofonica ha registrato uno dei tassi di crescita più elevati

## 4,7%

**La quota di mercato**

È il valore percentuale della radio sul totale degli investimenti pubblicitari

