Calcio Serie A, dati dell’audience ‘pasticciati’ il new normal? Le due possibili decisioni di Agcom su Dazn

Era inevitabile l’istruttoria avviata dall’**Agcom** nei confronti di **Dazn** per la rilevazione ‘fai da te’ dell’audience relativa alle partite del campionato di calcio della Serie A trasmesse dalla società per *“verificare la metodologia di rilevazione delle audience del campionato di calcio di Serie A”* ed *“accertare l’attendibilità del dato prodotto in linea con i princìpi e i criteri”* individuati dallo stesso Garante nelle comunicazioni.

Il contesto

A Dazn sono stati assegnati in ambito nazionale i diritti esclusivi di trasmissione delle partite relative alle stagioni sportive 2021/2022, 2022/2023 e 2023/2024, ottenendo i diritti audiovisivi del Pacchetto 1 e del Pacchetto 3 ottenendo la possibilità di trasmettere per tre anni tutti gli incontri del campionato di calcio di Serie A (380 in tutto), **di cui il 70 per cento (266 incontri) su base esclusiva**. I diritti acquisiti riguardano la possibilità di trasmettere gli incontri su tutte le piattaforme (Internet, Piattaforma IPTV e Piattaforma Wireless per Reti Mobili).

Ma nelle prime tre partite gli utenti hanno sempre riscontrato gravi problemi di trasmissione nel vedere le partite su Dazn.

Problemi poi replicati da Mediaset sulle partite di Champions League.

Il punto dolente dei dati d’ascolto delle partite di Serie A

Ma veniamo al punto dolente dei dati d’ascolto delle partite di Serie A.

Lasciamo stare web, device, pc, per i quali Dazn ha scelto di non rivolgersi ad Auditel. In riferimento alla televisione, Nielsen per Auditel e Nielsen per DAZN effettua la stessa misurazione: l’ascolto da tv connesse. Ma fornisce valori diversi e sinora sempre a vantaggio di Dazn.

Sbaglia Nielsen che opera per Auditel o Nielsen che lavora per Dazn? Dalle parole del presidente Giacomo Lasorella si intende che Dazn non ha comunicato con Agcom, non ha quindi fatto presente all’Autorità vigilante che i dati Auditel sono sbagliati perché sottostimano gli ascolti di Dazn. Non ha insomma riconosciuto ad Agcom il ruolo che in Italia ha per legge.

Da notare che i dati fonte Nielsen della tavola relativa alla 3° giornata di campionato non sono “Individui”, come è invece scritto, si tratta di Audience lorda, ovvero della somma dell’ascolto di tutte le partite della giornata. Nella sua delibera l’Autorità si riferisce espressamente a questi dati.

La parte della delibera di Agcom
Si tratta di un modo di procedere che mette in discussione un sistema, sistema su cui i protagonisti del mercato e la politica avevano trovato un accordo. Un sistema che Auditel sta sviluppando per arrivare a produrre un dato di “total audience” che sembrava tanto difficile e che invece Dazn e i suoi partner hanno prodotto in quattro e quattr’otto.

Il commento di Francesco Siliato (Studio Frasi): *“O è un pasticcio o, dato il potere degli attori, è*

il pasticciato futuro a cui abituarsi. Agcom e inserzionisti permettendo

Sul tema abbiamo chiesto un commento all'esperto dei media **Francesco Siliato**, dello Studio Frasi.

"Non v'è dubbio che l'Agcom debba indagare e verificare quale sarà il sistema da validare, ma a questo punto è stato già tirato il dado della credibilità del sistema. Mediaset ha scelto il sistema 'ibrido', ovvero si fa secondo convenienza, in linea con l'ideologia economicista secondo la quale una cosa è buona se fa guadagnare", osserva **Francesco Siliato.**

"Ritiene quindi", aggiunge*, "di essere in grado di convincere tutti, abbonati e inserzionisti, che l'ibrido conviene, economicamente, anche a loro".*

"Da una parte", spiega Siliato*, "Mediaset sta al governo dell'attuale sistema, con i tanti rappresentanti nel CdA e nel Comitato tecnico Auditel, e dall'altra all'opposizione con Dazn e in mezzo Nielsen che, stando alla tavola sugli ascolti, certifica come fonte sia i dati Auditel che quelli Dazn".*

"O è un pasticcio o, dato il potere degli attori", conclude Siliato*, "è il pasticciato futuro a cui abituarsi. Agcom e inserzionisti permettendo".*

Le possibili decisioni di Agcom?

Agcom quale decisione potrebbe prendere al termine dell'istruttoria nei confronti di Dazn?

- O costringere la società a diventare socio di Auditel e così affidare a quest'ultima la rilevazione degli ascolti
- O si dà il via ad una società che effettua la

rilevazione dell’audience delle partite di calcio della Serie A solo sui dispositivi digitali: web, device, pc. E, nel caso, per le Tv connesse ad Internet a chi spetterebbe il monitoraggio degli ascolti?

https://www.key4biz.it/calcio-serie-a-dati-dellaudience-pasticciati-il-new-normal-le-due-possibili-decisioni-di-agcom-su-dazn/374363/