Serie A, Dazn comunica ascolti record ma li rileva da sé



Dazn comunica numeri record per le prime due giornate di Serie A, peccato però che per la prima volta nella storia a rilevarli sia stata la società stessa e non un soggetto terzo.

Ma poi perché **Dazn** non ha fatto rilevare i dati da **Auditel**?

E cosa ne pensa l'**Agcom** di questa anomalia?

E gli sponsor?

E' questa la domanda che resta sospesa dopo che l'OTT che detiene i diritti della Serie A ha comunicato ieri dati ben superiori a quelli trapelati in precedenza: secondo Dazn, la prima giornata di serie A sarebbe stata seguita da 4,3 milioni di spettatori e la seconda da 4,7 milioni di persone: numeri diffusi dalla piattaforma online e che si riferiscono alle persone collegate attraverso smart tv, tablet, mobile phone,

console di gioco e **Dazn** Channel. Numeri che secondo Dazn sono in linea con la audience dello scorso campionato.

Oggi l'azienda dovrebbe comunicare con esattezza in quanti hanno visto le partite sui diversi device, per capire ad esempio se sono di più gli spettatori via tablet o via smartphone.

Leggi anche: Serie A, audience Tv dimezzata in un anno. Sistema calcio a rischio crac?

Vedi anche: 'Serie A e Diritti Tv, tutti i rischi della piattaforma unica'. Ma per avere Timvision necessario l'abbonamento a Tim? Rivedi il webinar

Coverage calato di più di 2 milioni in un anno

Secondo lo **Studio Frasi**, però, interpellato dalla *Stampa*, il confronto con la seconda giornata dello scorso anno è impietoso: il coverage (ovvero chi ha guardato la partita per almeno un minuto) è calato di 2.247.545 di utenti, un problema non da poco per la Lega di Serie A in termini economici.

Per **Dazn**, al contrario, si tratta di una nuova metodologia di rilevazione che *"per la prima volta, fornisce un dato puntuale e verificato dell'audience Ott".*

Chiesta trasparenza

"L'Agcom dovrebbe intervenire perché è chiamata per legge a vigilare sui dati degli ascolti. Di certo non può permettersi di restare immobile", dice alla Stampa **Francesco Siliato** secondo cui l'assenza di un soggetto terzo è un unicum. Anche perché i dati non sono ancora puntuali, basti pensare che nella nota della società si legge: *"La partita più seguita Juve-Empoli, esclusiva* ***Dazn****, giocata alle 20.45 di sabato 28*

agosto e vista da oltre un milione di spettatori con tre diverse fonti”. Un numero dal quale emergerebbe un sorpasso delle app ai danni delle tv: se gli spettatori televisivi *“tradizionali”* sono stati 440mila, gli altri device dovrebbero aver superato quota 600mila, un’inversione mai registrata nella storia della televisione italiana.

Le esigenze degli sponsor

Il tema non è certamente secondario, anche perché gli sponsor hanno bisogno di sapere con esattezza qual è la audience delle partite per pianificare i loro investimenti pubblicitari sui diversi canali.

Dazn per spegnere le preoccupazioni del mercato ha deciso di farsi certificare i dati da Nielsen, ma la società di ricerca elaborerà numeri forniti dalla società e non da soggetti terzi. A complicare ulteriormente il quadro sono i numeri dell’audience complessiva. Le 6 milioni di persone che hanno seguito la seconda giornata del campionato di Serie A – di cui l’80% sintonizzato su **Dazn** – sarebbero state ripartite in questo modo: 1,3 milioni su Sky, 2 milioni attraverso Timvision e 2,7 milioni via app.

Ma qual è il numero di abbonati ai diversi player?

Difficile rispondere anche perché **Dazn** non comunica i dati. Secondo alcune stime si potrebbe ipotizzare un totale di circa 2-3 milioni considerando ovviamente tutti: ossia **Dazn**, **TimVision** e **Sky**.

https://www.key4biz.it/serie-a-dazn-comunica-ascolti-record-ma-li-rileva-da-se/372347/