

“ADVANCED TV FOCUS”

Presentata oggi la nuova Guida FCP dedicata alla Connected Tv

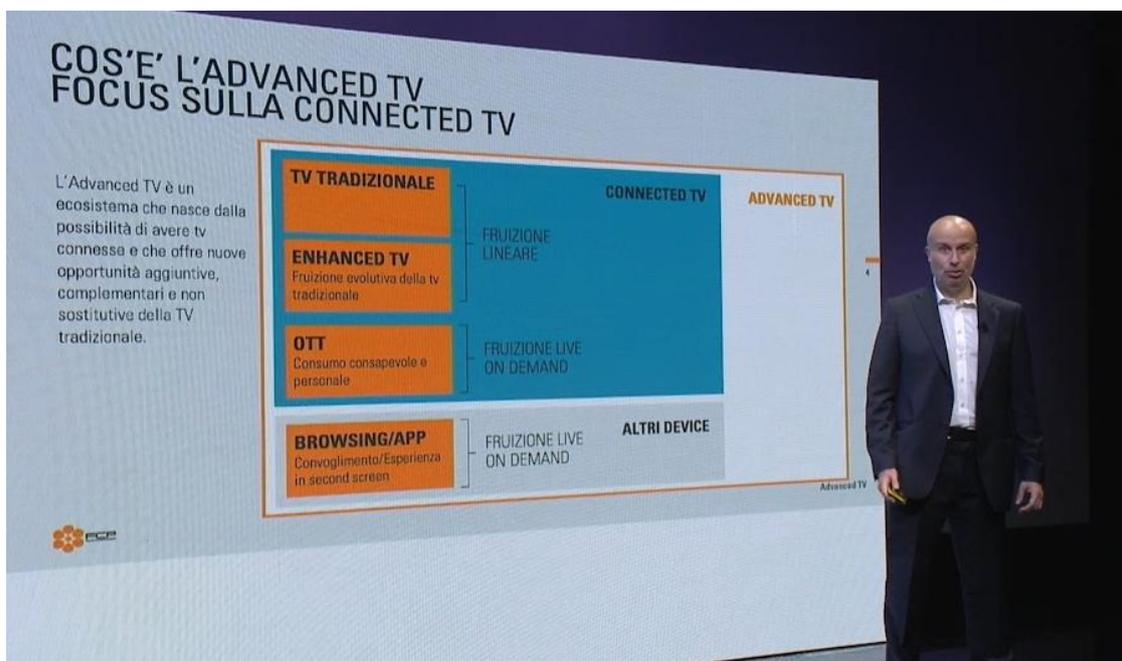
Si è svolto oggi **14 Ottobre**, in modalità live streaming, l'evento “**FCP ADVANCED TV FOCUS**”, iniziativa dedicata alla tematica delle “Connected TV”, nell'ambito della quale le concessionarie FCP AssoTv hanno presentato la “**Guida all'Advanced TV**”, con l'obiettivo di fornire al mercato un servizio di orientamento alle nuove possibilità della comunicazione pubblicitaria in Tv.

“FCP ADVANCED TV FOCUS” è stato introdotto dal **Presidente FCP Massimo Martellini**, che ha sottolineato l'attivismo dell'associazione anche in una fase delicata, condizionata dai noti eventi pandemici. La Guida all'Advanced TV, ha proseguito Martellini, è stata realizzata con il contributo congiunto di tutti i broadcaster facenti capo ad FCP-Assotv, coordinati dal Presidente Matteo Cardani.

Rappresenta un contributo di chiarezza e una spinta alla convergenza verso nuovi standard di mercato, in un contesto fortemente mutevole ed in forte evoluzione. Martellini ha poi sottolineato come le nuove opportunità offerte dall'Advanced TV rappresentino una possibilità aggiuntiva, complementare e non sostitutiva della tradizionale TV lineare, che resta ancora oggi un media impareggiabile.



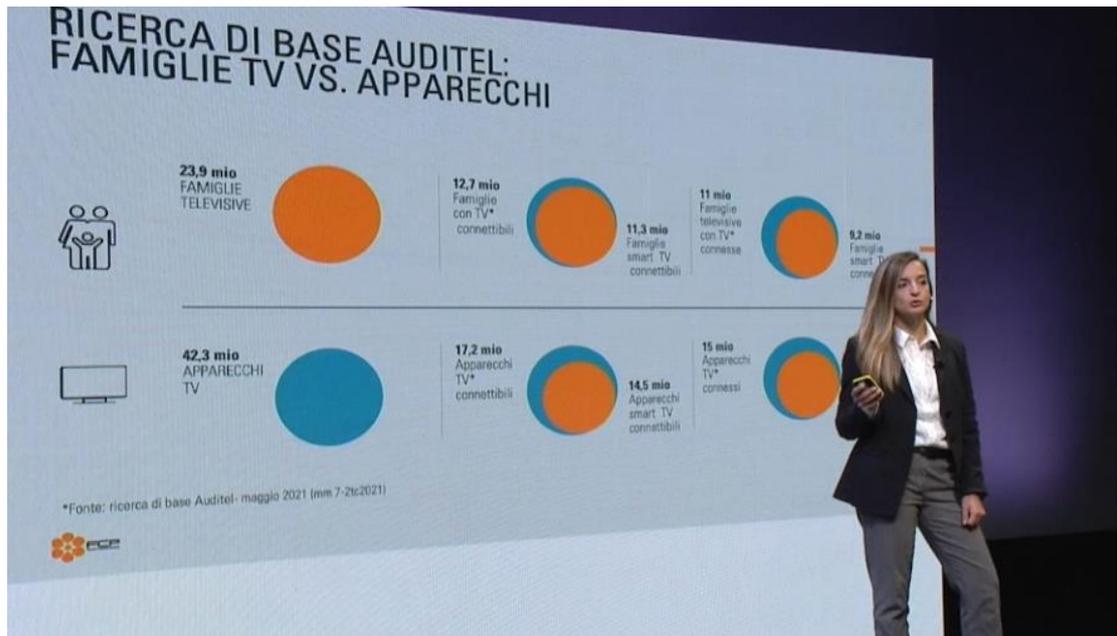
La Guida, organizzata in capitoli tematici, è stata presentata successivamente dai diversi rappresentanti FCP AssoTv. **Luca Marazzi** (Audience Tv e Web Marketing Manager Rai Pubblicità) ha tracciato un quadro introduttivo relativo al perimetro di analisi dell'Advanced Tv e della "Connect Tv", sottolineandone le potenzialità comunicative attuali e prospettive.



Allegra Gallinari (Advanced Advertising Senior Manager Discovery Italia), si è soffermata nel secondo capitolo della guida sui diversi plus della "Connected Tv", capace di coniugare le potenzialità del media televisivo con quelle proprie del mezzo digitale, anche in termini di complementarità lungo tutte le fasi del "funnel" di comunicazione.



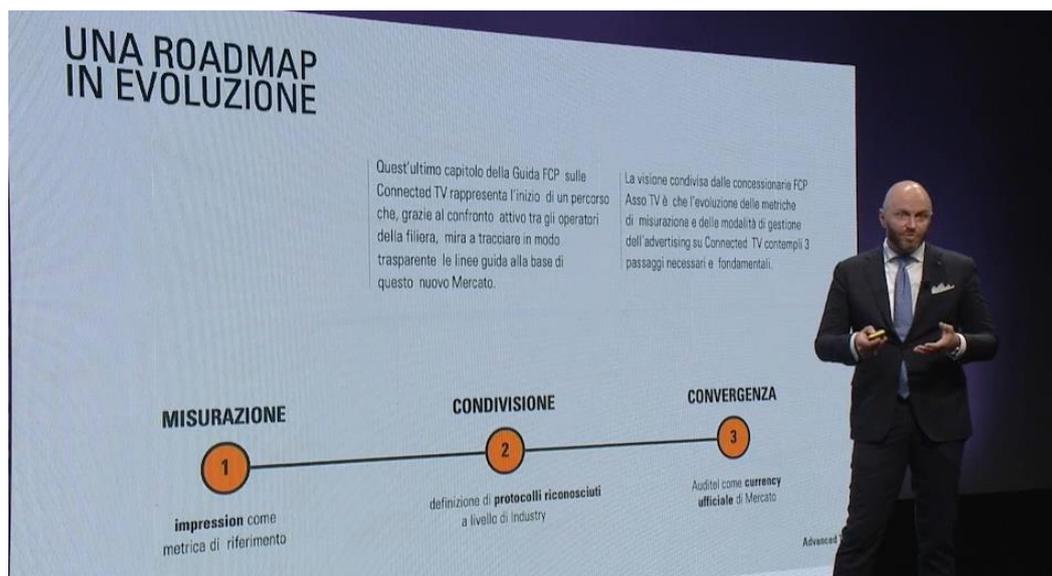
Il terzo capitolo della Guida, presentato da **Rosa Magna** (Research & Insight Manager Sky Media) si è focalizzato sui numeri di riferimento del contesto televisivo complessivo, sulla base dei dati contenuti nella ricerca di base Auditel e con l'ausilio di proiezioni relative alla penetrazione delle Tv Connesse nell'ambito delle famiglie italiane. In tale contesto si è colta l'opportunità di ribadire le caratteristiche dell'imminente "switch off" e le potenzialità connesse con il conseguente ricambio del parco televisivo nazionale.



Nell'ambito del quarto capitolo **Silvia Broggi** (MarTech & International Marketing Director Publitalia) ha presentato le diverse opportunità di comunicazione offerte dalla "Connected Tv" in termini di formati pubblicitari "display" e "video". Tale contesto è stato analizzato sia in riferimento all'emissione lineare broadcast che prendendo in considerazione le modalità di erogazione "live streaming" ed "on demand".



Marco Canzian (Direttore Marketing Tv CairoRcs) ha infine avuto il compito di descrivere la roadmap condivisa dalle concessionarie circa le metriche di misurazione, in vista di una convergenza futura legata alla “Total Audience” tracciata da Auditel. La tematica ha richiesto di focalizzarsi sui principali kpi connessi con le attività di media planning e su quelle che rappresentano le metodologie, attuali e prospettive, oggettivamente riconosciute dagli operatori del mercato. In coda alla Guida presentata, che sarà resa disponibile (consultazione e download) all’interno del sito FCP (a partire dalle ore 13 del giorno 14 ottobre), troverà spazio un ampio glossario dedicato alle terminologie utilizzate nell’ambito del perimetro di riferimento.



Dopo la presentazione a cura delle concessionarie Fcp AssoTv si sono susseguiti importanti contributi da parte di attori primari del contesto nazionale dei media.

Andrea Imperiali (Presidente di Auditel), ha delineato con chiarezza il ruolo della “Connected Tv” nell’articolato processo di definizione della road map che dovrà condurre alla tanto attesa “Total Audience”. Si tratta di un percorso complesso e sfidante, che prevede la concomitanza di 4 processi in parallelo: *la rilevazione di tutti i device e schermi; l’attività di individualizzazione e deduplicazione degli ascolti dei device digitali; la rilevazione delle campagne adv su tutti gli schermi e la rilevazione dei contenuti su tutti gli schermi.*

Il Direttore dell’Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano, **Andrea Lamperti**, nel presentare lo scenario “Advanced Tv” dalla prospettiva di accademico e studioso ha stimolato la riflessione rovesciando in positivo quelli che possono essere considerati tre “falsi miti”:

“I broadcaster sono morti, lunga vita alla tv” che si traduce nei fatti invece in un ecosistema di convivenza duratura tra broadcasters e OTT;

“La ricchezza dei nuovi contenuti è prerogativa solo degli ott” che si confronta con l’evidenza della ricchezza delle library dei broadcaster e della pluralità delle modalità di accesso, non solo da palinsesto;

“Il palinsesto è un servizio che non ha più valore” è una affermazione frettolosa, contrastata dall’evidenza di ricerca che ci sono 3 driver di ricerca dei contenuti: il palinsesto lineare che rimane la base normale di accesso accanto alle library on demand e su tutto la forza intrinseca dei contenuti che, se ben promozionati, si fanno ricercare dagli utenti nelle diverse modalità – in diretta lineare o catch up on demand. Partendo da queste 3 provocazioni, Lamperti ha sottolineato che si aprono per i broadcaster nuove sfide: l’assunzione di un importante ruolo attivo nella promozione dei contenuti, oltre il palinsesto, e un compito di “education” del grande pubblico alle possibilità della TV connessa, durante e dopo lo “switch off”.



Matteo Cardani (Presidente FCP AssoTv) ha introdotto la parte dell'evento dedicato al dibattito e coordinato la tavola rotonda che ha previsto la partecipazione di **Raffaele Pastore** (Direttore Generale UPA) ed **Emanuele Nenna** (Presidente UNA), stimolati alla discussione dalle sfidanti tematiche affrontate.

Raffaele Pastore ha sottolineato come l'Advanced Tv possa davvero rappresentare l'anello di congiunzione fra il mondo televisivo "lineare" ed il contesto digitale, sostenendo come oggi possiamo parlare a tutti gli effetti di "TV aumentata". Pastore si è poi focalizzato sulla vera sfida per il comparto: definire nuovi "standard" di formati pubblicitari e di misurazione condivisi, riconosciuti ed adottati dai diversi operatori del mercato. In aggiunta ai broadcaster l'invito da un lato a sviluppare l'articolazione delle metriche di misurazione, sulla base delle quali sviluppare il proprio approccio commerciale, e al tempo stesso l'invito a preservare la qualità di fruizione della pubblicità sullo schermo delle TV connesse, evitando i rischi di deriva che a volte si riscontrano in ambito digitale, con eccessi di esposizione pubblicitaria.



Emanuele Nenna ha evidenziato come l'attuale nuovo contesto del settore richieda sforzi creativi ambiziosi, che portino verso una sperimentazione consapevole, capace di innovare e di interpretare parallelamente i risultati in corso d'opera. Per creare i nuovi standard occorre passare prima per una fase di creazione del nuovo e l'opportunità della TV connessa è quella di far vivere sempre più la pubblicità non come una interruzione del contenuto, ma farla diventare essa stessa contenuto, grazie anche alle sue caratteristiche di interattività e addressability che ne aumentano la rilevanza per lo spettatore. Per Nenna nell'attuale contesto, sempre più dominato dalla tecnica, resta fondamentale la cultura di comunicazione e la "capacità di narrazione" e "l'architettura dei messaggi" sui diversi schermi, narrazione e architettura definite con il cliente sulla base di obiettivi e strategie condivisi.

Il Presidente Fcp Massimo Martellini ha concluso i lavori sintetizzando le principali tematiche ed orientamenti emersi negli interventi e nel dibattito successivo, ringraziando tutti coloro che hanno contribuito a realizzare la Guida e ad arricchire la giornata con i propri autorevoli contributi.

La Guida all'Advanced Tv è disponibile sul sito **fcponline.it** all'interno della sezione AssoTv-documenti.

Milano, 14 ottobre 2021

